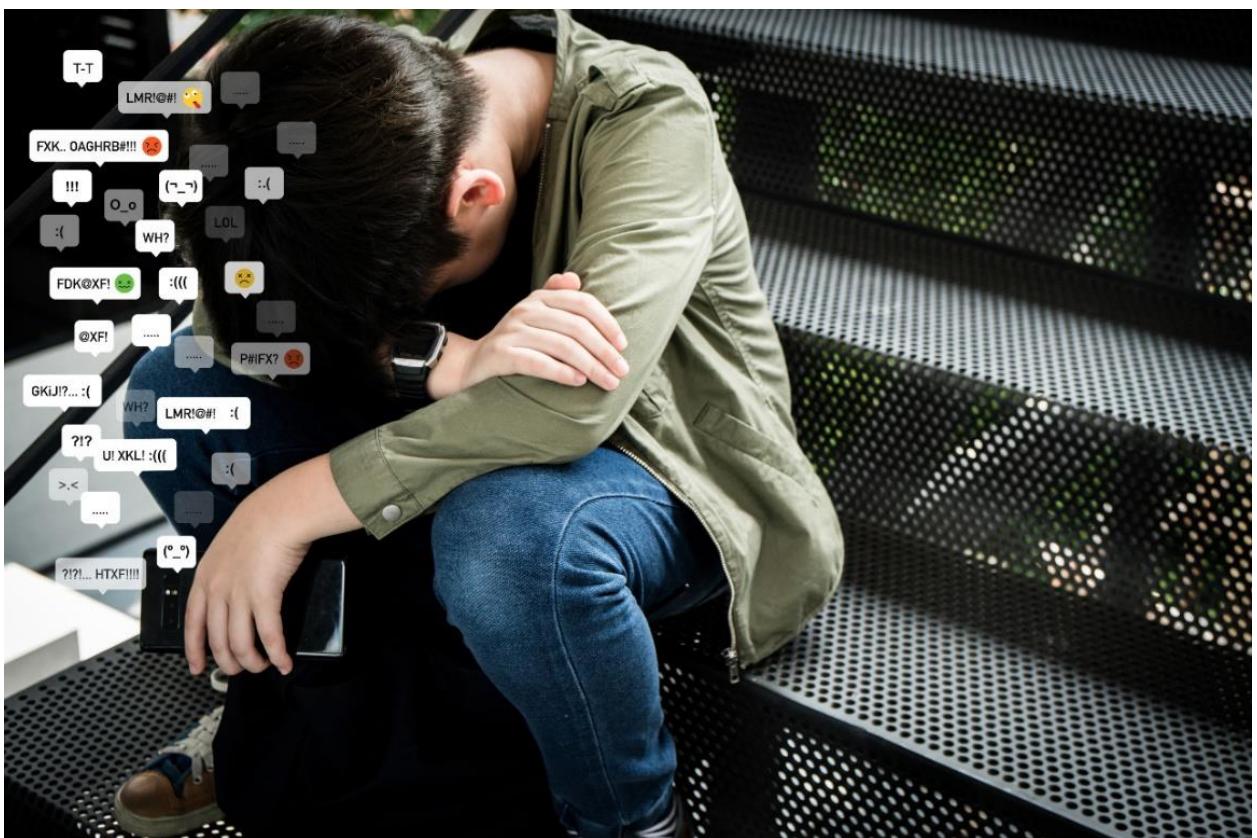




Fiche activité

Agir contre les discours toxiques en ligne

© Amnesty International



Ces activités sont extraites du livret pédagogique « Les discours toxiques ».

Sommaire

Les comportements sur internet – Auto-positionnement	5
Activité 1	5
Déroulement	6
Spécificités des discours toxiques en ligne – Auto-positionnement	7
Activité 2	7
Déroulement	8
Profils d'internautes et stratégies de réponse - Jeu de rôles	9
Activité 3	9
Déroulement	10
Adapter sa stratégie de réponse - quiz	11
Activité 4	11
Déroulement	12
Concevoir stratégie de réponse - En campagne pour les droits humains	13
Activité 5	13
Déroulement	14
Liste d'affirmations	15
Annexe 1	15
Panneaux à afficher	16
Annexe 2	16
Fiche mémo « Les comportements sur internet »	17
Annexe 3	17
Comportement actif	17
Comportement réactif	17
Comportement passif	17
Schéma des désordres de l'information	18
Annexe 4	18



Définitions à découper	20
Annexe 5	20
Le sens des mots - réponses	22
Annexe 6	22
Fiche mémo « Quelques spécificités des discours toxiques en ligne »	24
Annexe 7	24
Articles et commentaires, profils d'internautes	25
Annexe 8	25
Jeu de rôles – thématique : femmes	25
Jeu de rôles – thématique : femmes	26
Jeu de rôles – thématique : personnes LGBTI*	27
Jeu de rôles – thématique : personnes LGBTI*	28
Jeu de rôles – thématique : personnes musulmanes	29
Jeu de rôles – thématique : personnes musulmanes	30
Jeu de rôles – thématique : personnes réfugiées	31
Jeu de rôles – thématique : personnes réfugiées	32
Jeu de rôles – thématique : personnes roms	33
Jeu de rôles – thématique : personnes roms	34
Fiche mémo « Les stratégies de réponse »	35
Annexe 9	35
Le contre-discours	35
L'humour, oui, mais...	37
Le récit alternatif	37
Faire preuve de solidarité	38
L'éducation, la sensibilisation, la formation	38
Le recours à l'autorité / le signalement	39
La liberté d'expression, un droit fondamental	39
Ne pas répondre / fuir	39
Réagir face à un troll	40
Quiz	42



Annexe 10	42
Éléments de discussion	45
Annexe 11	45
Situations	49
Annexe 12	49
Fiche-projet	51
Annexe 13	51



Les comportements sur internet – Auto-positionnement

Activité 1

Objectifs

- Questionner ses usages et pratiques en ligne.
- Comprendre ce que sont des comportements actif, passif et réactif en ligne.



Durée
20 minutes



Public
À partir de 12 ans
De 8 à 30 personnes



Matériel

- Liste d'affirmations (Annexe 1)
- Panneaux à afficher (Annexe 2)
- Fiche mémo « Les comportements sur Internet » (Annexe 3)



Préparation

- Aménagez l'espace pour que le groupe ait suffisamment de place pour circuler.
- Imprimez et accrochez les panneaux aux quatre coins de la salle.

Déroulement

1. Demandez aux personnes participantes de se mettre debout au milieu de la salle. Expliquez-leur que vous allez lire une série d'affirmations, et qu'elles devront se positionner dans l'un des quatre espaces de la salle selon la fréquence à laquelle elles agissent de la façon décrite : « jamais », « rarement », « régulièrement » ou « très souvent ».

2. Lisez la liste d'affirmations au fur et à mesure en laissant à chaque fois du temps aux personnes pour se positionner dans l'espace.

Exemple :

« Quand je suis sur internet... » :

- Je commente des photos, des vidéos ou des textes sans les avoir lus ou regardés attentivement au préalable.
- Je fais des recherches pour mieux comprendre un sujet avant de donner mon avis.

3. Après chaque affirmation, entamez la discussion.

- Que ressentez-vous en prenant cette position ?
- Avez-vous hésité à vous positionner pour cette affirmation ?
- Pourquoi ?
- Que ressentez-vous lorsque vous voyez d'autres personnes prendre une position complètement différente de la vôtre ?
- Certaines opinions vous surprennent-elles ?

4. Puis une fois toutes les affirmations discutées et en vous appuyant sur la fiche mémo, poursuivez l'échange :

- Comment définiriez-vous un comportement actif, réactif, passif sur internet ?
- Selon vous, votre comportement en ligne relèverait plutôt de quelle catégorie ?
- Ce comportement pourrait-il contribuer à la diffusion de discours toxiques ? Ou bien servir à les contrer ? De quelle façon ?



Spécificités des discours toxiques en ligne – Auto-positionnement

Activité 2

Objectifs

- Comprendre certaines spécificités des discours toxiques en ligne.
- Comprendre les concepts liés aux désordres de l'information en ligne.
- Comprendre la façon dont ces phénomènes peuvent avoir un impact sur la diffusion des discours toxiques en ligne.



Durée

45 minutes



Public

À partir de 12 ans
De 8 à 30 personnes



Matériel

- Schéma des désordres de l'informations (Annexe 4)
- Définitions à découper (Annexe 5)
- Réponses aux questions (Annexe 6)
- Fiche mémo « Quelques spécificités des discours toxiques en ligne » (Annexe 7)

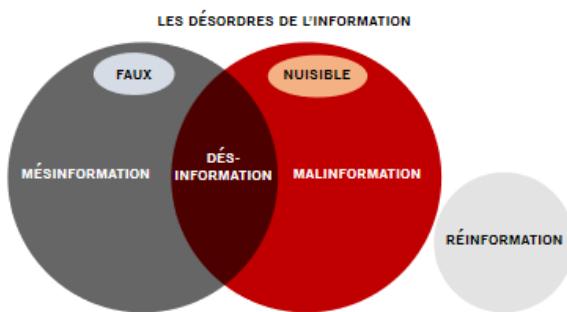


Préparation

- Pour chaque groupe :
 - Imprimez le schéma et les définitions,
 - Prédécoupez les définitions.
- Formez des îlots de tables pouvant accueillir 3-4 personnes et disposez dessus le schéma et les concepts et définitions prédécoupées.

Déroulement

1. Formez des groupes de 3-4 personnes et demandez-leur de se répartir autour des tables. Laissez-leur du temps pour lire les différentes définitions et les associer aux différents concepts et aux bons emplacements sur le schéma.



2. Faites la correction en grand groupe en interrogeant les différents groupes. En vous appuyant sur la fiche mémo, commencez la discussion :

- Connaissiez-vous ces différents termes ? Avez-vous des exemples pour illustrer ces différents concepts ?
- Comment vous informez-vous et partagez-vous l'information ? Sur quelles plateformes et sites internet allez-vous pour vous informer ? Les contenus partagés par vos contacts font-ils partie de vos sources d'information ? Dans quelle mesure faites-vous confiance à ces contenus ? Consultez-vous des médias qui ne correspondent pas à vos opinions politiques ? Comment vous forgez-vous une opinion sur un sujet d'actualité politique ou sociale ? Prenez-vous le temps de vérifier la fiabilité des informations qui vous sont transmises en ligne ? De quelle façon ?
- Quels liens pouvez-vous faire entre ces concepts et les discours toxiques ? En quoi les phénomènes décrits par ces concepts peuvent-ils renforcer l'impact des discours toxiques en ligne ? De quelles façons pourrait-on agir contre ces phénomènes ?

Profils d'internautes et stratégies de réponse - Jeu de rôles

Activité 3

Objectifs

- Apprendre à identifier des profils d'internautes et à analyser leurs stratégies.
- Construire des stratégies de réponse adaptées aux profils véhiculant des discours toxiques.



Durée
45 à 60 minutes



Public
À partir de 14 ans
De 8 à 30 personnes



Matériel

- Articles et commentaires, profils d'internautes (Annexe 8)
- Feuilles de 6 couleurs différentes pour chaque profil d'internaute
- Marqueurs
- Ruban adhésif ou pastilles adhésives
- Fiche mémo « Les stratégies de réponse » (Annexe 9)
- Tableau ou grande feuille de papier



Préparation

- Imprimez en grand format et affichez au mur le titre d'un article d'actualité et le commentaire d'un internaute.



Déroulement

1. Formez 6 groupes. Distribuez à chaque groupe un profil d'internaute, des feuilles de couleurs et un marqueur. Donnez quelques minutes aux groupes pour se mettre dans la peau de leur personnage. Quelles émotions et quelles réflexions la lecture de cet article et de ce commentaire pourrait-elle susciter en lui ? Quels sont ses objectifs ? Quels messages souhaiterait-il faire passer ? Quelle stratégie de réponses pourrait-il employer pour atteindre ses objectifs ?

À noter : Des exemples thématiques vous sont proposés pour aborder les discours toxiques en ligne envers les femmes ou les personnes LGBTI, musulmanes, réfugiées ou roms.
(Annexe 8)

2. Chaque groupe dispose ensuite de deux minutes pour imaginer une réponse au commentaire initial en fonction du profil incarné, et pour l'écrire sur une feuille. Une personne de chaque groupe va accrocher le commentaire sous l'article.

3. Pendant 10 minutes, chaque groupe peut ensuite rédiger des commentaires en réaction aux commentaires des autres groupes, en allant les afficher au fur et à mesure.

4. Questionnez les participantes et participants.

- Selon vous, d'après les commentaires affichés, quel profil d'internaute incarnait chaque groupe ?
- Certains groupes ont-ils eu plus de mal à rédiger des commentaires que d'autres ? Pourquoi ?
- Lorsque vous vous êtes mis dans la peau de votre personnage, quel était le message que vous souhaitiez faire passer ? Quelle a été votre stratégie pour atteindre vos objectifs ? Qui vous a répondu ? À qui aviez-vous envie de répondre ? Avec quel autre internaute votre personnage semblait-il en accord ? En désaccord ?
- Qui a obtenu le plus de réponses à ses commentaires ? Qui a été ignoré ?
- Quelles stratégies de réponse vous paraissent les plus efficaces ? Les moins efficaces ?
- Au fur et à mesure des échanges, inscrivez sur le tableau les différentes stratégies mises en œuvre : d'autres types de réponses sont-ils possibles ? Vous pouvez compléter en vous appuyant sur la fiche mémo.



Adapter sa stratégie de réponse - quiz

Activité 4

Objectifs

- Identifier les avantages et inconvénients de différents stratégies de réponse en fonction du contexte.



Durée
30 minutes



Public
À partir de 14 ans
De 8 à 30 personnes



Matériel
• Quiz (Annexe 10)
• Eléments de discussion (Annexe 11)



Préparation
• Imprimez un exemplaire du quiz par groupe.

Déroulement

1. Formez des équipes de 3-4 personnes et distribuez à chacune d'entre elles un exemplaire du quiz. Donnez quelques instants aux équipes pour se concerter et choisir la stratégie de réponse qui leur semble la plus adaptée à chaque situation.

2. En grand groupe, reprenez les situations une par une. Chaque équipe présente tour à tour le résultat de sa réflexion et justifie son choix. Vous pouvez vous appuyer sur éléments de discussion de la fiche support pour alimenter les échanges.

EXEMPLE

SITUATION 1



Sur Twitter, vous remarquez qu'un nouveau hashtag #CeQueFontLesFemmes apparaît dans les « tendances » (les sujets à la mode). De nombreux utilisateurs y ont recours dans des messages diffusant des stéréotypes sexistes ou des messages au contenu agressif envers les femmes.

Quelle stratégie de réponse vous semble la plus adaptée à cette situation ?

1. Vous répondez à chaque tweet comportant ce hashtag pour en dénoncer le caractère sexiste.
2. Vous créez le hashtag #CeQueFontLesHommes pour dénoncer les comportements sexistes de certains hommes.
3. Vous réutilisez le hashtag #CeQueFontLesFemmes pour mettre en valeur les accomplissements politiques, scientifiques et artistiques de femmes du monde entier.



Concevoir stratégie de réponse - En campagne pour les droits humains

Activité 5

Objectifs

- Construire une stratégie pour agir contre les discours toxiques en ligne à court, moyen et long terme.



Durée
90 minutes



Public
À partir de 14 ans
De 8 à 30 personnes



Matériel
• Liste de situations (Annexe 12)
• Fiche-projet (Annexe 13)



Préparation
• Prédécoupez et imprimez une situation et une fiche-projet par groupe.

Déroulement

1. Formez des groupes de 3-4 personnes. Distribuez à chaque groupe une situation et une fiche-projet.

2. Expliquez aux personnes participantes qu'elles vont incarner des défenseures et défenseurs des droits humains en ligne. Toutes les situations qui leur ont été distribuées présentent des contextes dans lesquels des discours toxiques ont été exprimés à l'encontre d'une personne ou d'un groupe de personnes.

Pour chaque situation, le groupe doit élaborer une stratégie : comment soutenir la ou les personnes visées par ces discours toxiques ? Comment déconstruire les stéréotypes et préjugés qui en sont à l'origine ? À court, moyen, long terme ? Pour construire leur stratégie, les participantes et participants peuvent s'appuyer sur les éléments indiqués sur leur fiche-projet.

À noter

Si les personnes participantes sont nombreuses, plusieurs groupes peuvent travailler simultanément sur la même situation. Vous pouvez également décider de proposer la même situation à tous les groupes. Il sera alors intéressant de comparer les différentes stratégies.

3. En grand groupe, chaque groupe présente sa stratégie et les autres participantes et participants peuvent poser des questions et proposer d'autres pistes d'action.

Concluez en demandant aux groupes : Votre stratégie vous paraît-elle facilement réalisable ? Vous sentiriez-vous en capacité de réaliser ce type d'action en situation réelle ?



Liste d'affirmations

Annexe 1

« Quand je suis sur internet... »:

- J'utilise les réseaux sociaux pour rester en contact avec mes amis.
- Je publie des commentaires où je fais des compliments et encourage mes amis, des amis d'amis ou des inconnus.
- Je publie des commentaires où je me moque de mes amis, des amis d'amis ou des inconnus.
- Je m'abonne aux comptes d'internautes dont je trouve les points de vue intéressants.
- J'utilise la fonction « j'aime » pour des images, des vidéos ou des textes sans les avoir lus ou regardés attentivement au préalable.
- Je commente des photos, des vidéos ou des textes sans les avoir lus ou regardés attentivement au préalable.
- J'utilise la fonction « j'aime » pour des images, des vidéos ou des textes avec lesquels je suis d'accord.
- Je relaie et partage des images, des vidéos ou des textes que je trouve intéressants.
- Je réagis quand je vois des images, des vidéos ou des textes avec lesquels je ne suis pas d'accord.
- Je partage mes opinions sur des sujets de société sur internet et les réseaux sociaux.
- Je fais des recherches pour mieux comprendre un sujet avant de donner mon avis.
- Je crée des contenus photos, vidéos ou des textes et je les publie sur internet.



Panneaux à afficher

Annexe 2

Jamais

Rarement

Régulièrement

Très souvent



Fiche mémo « Les comportements sur internet »

Annexe 3

Comportement actif

Quand on s'implique activement et en toute conscience, qu'on crée des contenus et qu'on promeut ou diffuse nos opinions en employant des messages directs, des images choisies à dessein, et qu'on partage des informations sur internet après avoir réfléchi et effectué des recherches.

Comportement réactif

Par exemple quand on lance une campagne contre un site internet diffusant des discours toxiques ou qu'on publie un commentaire sur Facebook au bas d'une blague contenant un stéréotype.

Agir contre ce que l'on juge incorrect peut constituer un comportement actif, réactif ou bien réflexif. Ce comportement permet de contrer ou même de faire cesser un discours toxique.

Cela implique d'apprendre à repérer ces discours et de trouver des manières positives et non-agressives de les contrer.

Comportement passif

Quand on regarde et qu'on partage du matériel produit par d'autres, sans réfléchir au contenu des messages ni à leurs possibles implications.

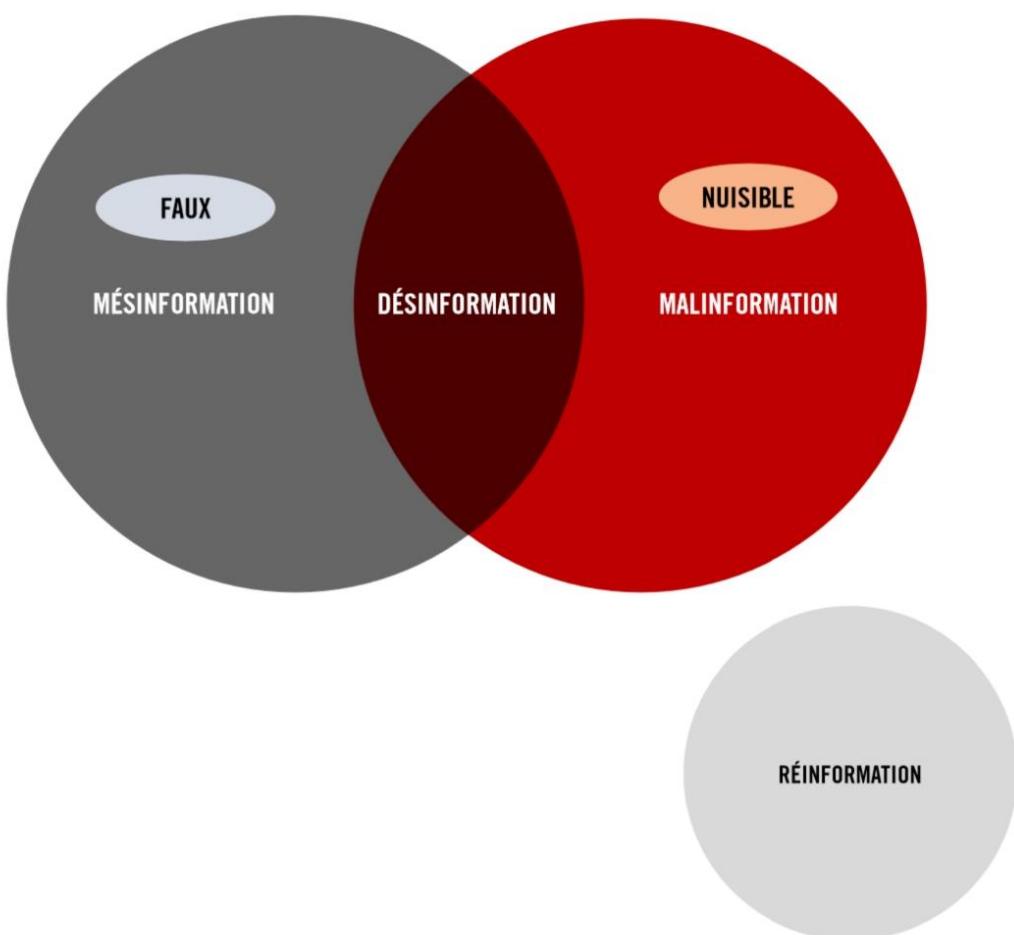
Involontairement, on peut donc diffuser des contenus toxiques, par exemple en publiant les messages d'autres personnes sur nos comptes Facebook, Twitter, Whatsapp, etc.

On agit alors en suiveur de discours mais sans être conscient du fait qu'on démultiplie l'effet des messages en cliquant sur « j'aime » ou en retweetant un message sans faire de recherches ou sans y réfléchir.

Ceci peut avoir, ou non, un impact négatif sur autrui, voire sur nous-mêmes.

Schéma des désordres de l'information

Annexe 4



<p>Information fausse, mais partagée sans intention de nuire.</p> <p><u>Exemples :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Article d'un site parodique ou satirique (ex : Le Gorafi) pris au sérieux. - « Piège à clics » (en anglais clickbait) : contenu Web au titre racoleur, mensonger ou jouant sur des éléments sensationnels ou émotionnels, qui vise à attirer le maximum de passages d'internautes afin de générer des revenus publicitaires en ligne. 	<p>Information fausse, produite et diffusée délibérément avec pour objectif de tromper ou avec l'intention de nuire.</p> <p><u>Exemples :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Contenu fabriqué, - Théorie du complot, - Rumeur, - Photo truquée.
<p>Information authentique ou fondée sur la réalité, mais diffusée et utilisée dans l'intention de nuire.</p> <p><u>Exemples :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Publication d'informations ou de photos personnelles sans le consentement d'une personne. - Association volontaire d'une photo avec un article présentant un autre contexte. 	<p>Notion utilisée par des sites – le plus souvent d'extrême-droite – se présentant comme une « alternative » aux « médias traditionnels » qu'ils cherchent à discréder, en se livrant parfois à la désinformation ou au conspirationnisme.</p>

Définitions à découper

Annexe 5

Bulle de filtre

Biais de confirmation

Astroturfing



Lorsqu'un ou une internaute se retrouve en présence de contenus triés, hiérarchisés et personnalisés par des algorithmes qui s'appuient sur les données collectées durant sa navigation.

Le fait de rechercher ou privilégier des informations qui confirment ce qu'on croit déjà.

Le fait de donner l'impression qu'un phénomène de masse émerge sur internet, alors qu'il est en réalité créé de toute pièce.

Le sens des mots - réponses

Annexe 6

Bulle de filtre

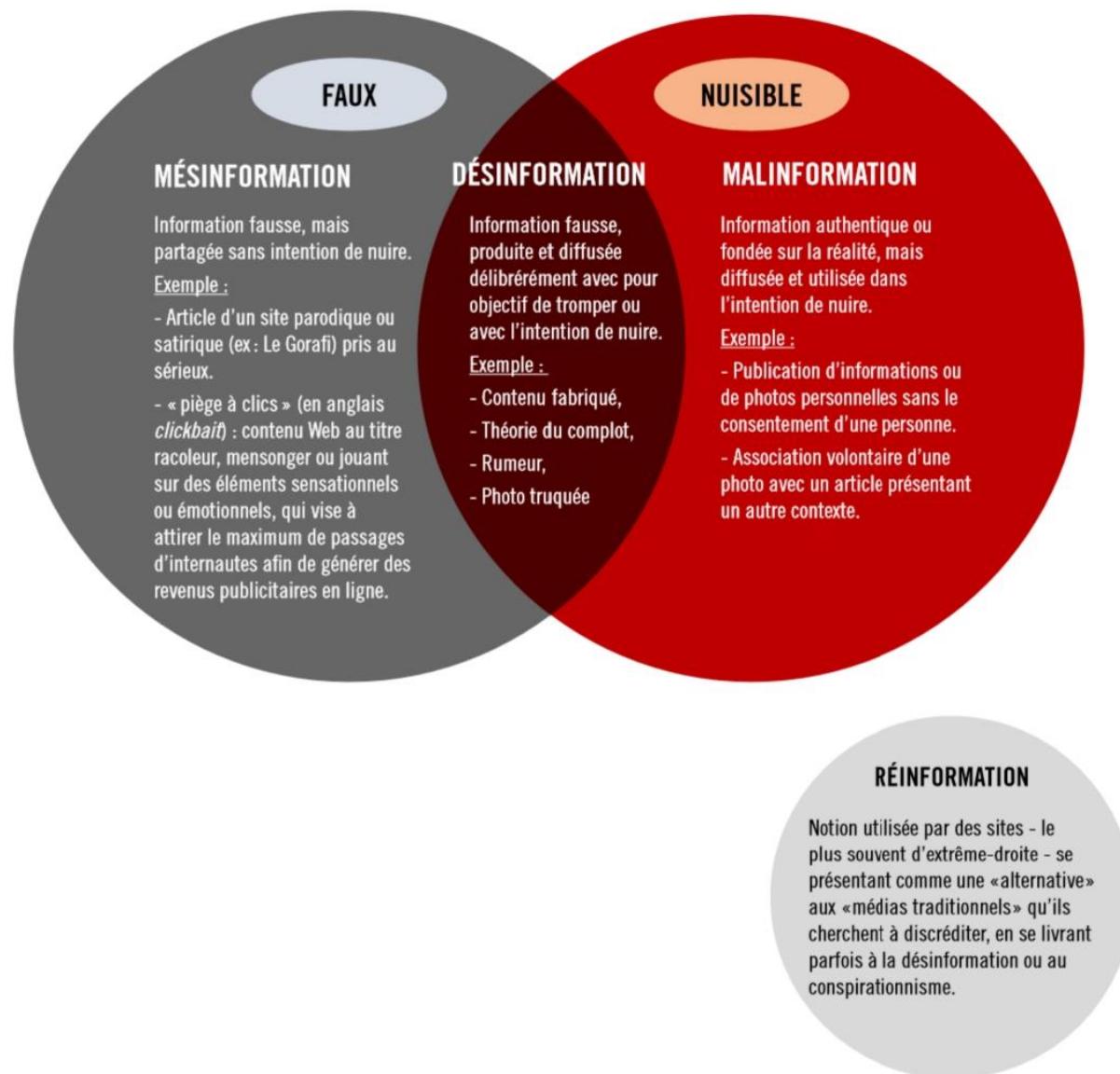
Lorsqu'un ou une internaute se retrouve en présence de contenus triés, hiérarchisés et personnalisés par des algorithmes qui s'appuient sur les données collectées durant sa navigation.

Biais de confirmation

Le fait de rechercher ou privilégier des informations qui confirment ce qu'on croit déjà.

Astroturfing

Le fait de donner l'impression qu'un phénomène de masse émerge sur internet, alors qu'il est en réalité créé de toute pièce.

"Les sens des mots - Réponses. Les désordres de l'information"

Fiche mémo « Quelques spécificités des discours toxiques en ligne »

Annexe 7

L'impact des discours toxiques renforcé sur internet

Les discours toxiques peuvent demeurer en ligne longtemps, sous différents formats et sur de multiples plateformes. Plus les contenus restent en ligne longtemps, plus leur potentiel de nuisance augmente. L'architecture des différents réseaux sociaux ou autres plateformes influence considérablement la dynamique et la vitesse de diffusion.

Les discours toxiques peuvent être itinérants et récurrents : si un contenu est supprimé, il peut apparaître ailleurs sous un autre nom. Cette itinérance signifie également que des idées qui n'auraient pas forcément trouvé d'espaces pour être exprimées en ont désormais une infinité dans lesquels elles peuvent être visibles par de vastes audiences.

L'impression d'anonymat et d'impunité qu'internet et les réseaux sociaux suscitent favorisent l'expression d'opinions haineuses dont les auteurs n'ont pas à se soucier des conséquences directes, comme ils auraient à le faire hors-ligne.

Source : Cette fiche est extraite du guide « Agir contre la désinformation et les discours toxiques en ligne », Amnesty International France, 2018, pp 14-28.



Articles et commentaires, profils d'internautes

Annexe 8

Jeu de rôles – thématique : femmes

« 100% des femmes déclarent avoir été victimes de harcèlement dans les transports en commun. »



©katsuhiko7110



Il faut arrêter de voir du harcèlement partout !
On est tous serrés dans les transports !!!

Jeu de rôles – thématique : femmes

PERSONNE MILITANT POUR LES DROITS HUMAINS	MILITANT ANTI-FÉMINISTE*
TROLL (vous cherchez uniquement à envenimer le débat)	PERSONNE PACIFICATRICE (vous voulez faire plaisir à tout le monde et souhaitez que tout le monde soit gentil et poli)
FEMME RÉGULIÈREMENT VICTIME DE HARCÈLEMENT DANS LES TRANSPORTS	PERSONNE ÉTUDIANT LE DROIT (vous fondez votre analyse sur le droit et vous cherchez à transmettre vos connaissances)

* **Féminisme** : Ensemble de mouvements et d'idées politiques, philosophiques et sociales, qui partagent un but commun : définir, promouvoir et atteindre l'égalité politique, économique, culturelle, personnelle, sociale et juridique entre les femmes et les hommes.



Jeu de rôles – thématique : personnes LGBTI*

*LGBTI : lesbiennes, gays, bisexuelles, transgenres, intersexes

**« Les agressions verbales et physiques
à l'encontre des personnes LGBTI
sont en nette augmentation. »**



© Amnesty International



Anonyme

Ils n'ont qu'à pas s'afficher ensemble dans la rue !

Jeu de rôles – thématique : personnes LGBTI*

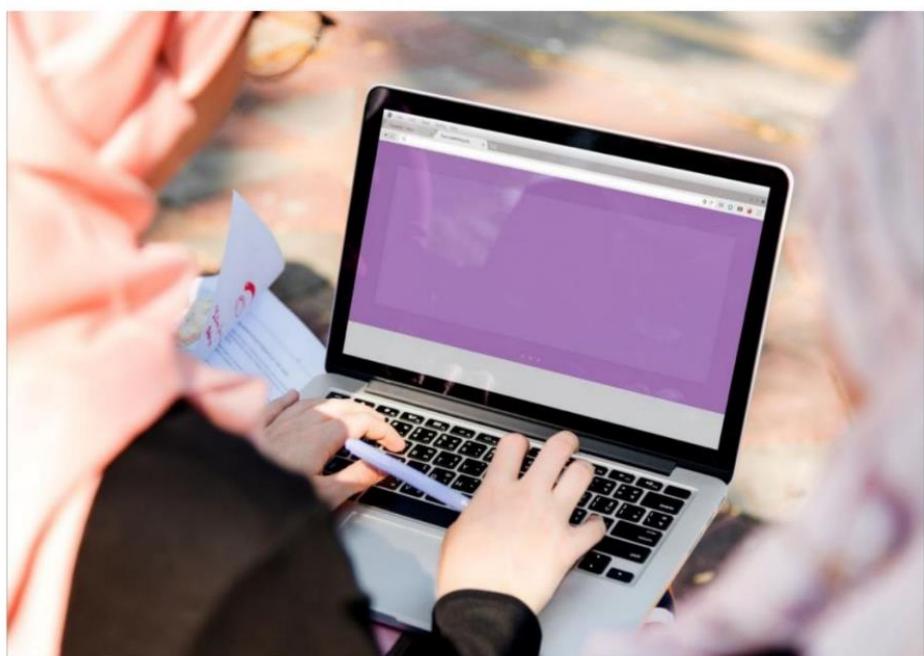
*LGBTI : lesbiennes, gays, bisexuelles, transgenres, intersexes

PERSONNE MILITANT POUR LES DROITS HUMAINS	PERSONNE MILITANT CONTRE LES DROITS DES PERSONNES LGBTI
TROLL (vous cherchez uniquement à envenimer le débat)	PERSONNE PACIFICATRICE (vous voulez faire plaisir à tout le monde et souhaitez que tout le monde soit gentil et poli)
PERSONNE LGBTI	PERSONNE ÉTUDIANT LE DROIT (vous fondez votre analyse sur le droit et vous cherchez à transmettre vos connaissances)



Jeu de rôles – thématique : personnes musulmanes

« Discriminations à l'encontre des personnes musulmanes dans le monde du travail : les femmes particulièrement touchées. »



© Rawpixel.com/Pexels



Anonyme

Au moins en France elles ont le droit de travailler,
contrairement aux pays musulmans !

Jeu de rôles – thématique : personnes musulmanes

PERSONNE MILITANT POUR LES DROITS HUMAINS	PERSONNE MILITANT CONTRE LES DROITS DES PERSONNES MUSULMANES
TROLL (vous cherchez uniquement à envenimer le débat)	PERSONNE PACIFICATRICE (vous voulez faire plaisir à tout le monde et souhaitez que tout le monde soit gentil et poli)
PERSONNE MUSULMANE	PERSONNE ÉTUDIANT LE DROIT (vous fondez votre analyse sur le droit et vous cherchez à transmettre vos connaissances)



Jeu de rôles – thématique : personnes réfugiées

« La France durcit les conditions d'accueil pour les réfugiés. »



© Alexander Draheim/Sea-Eye



Les réfugiés ne sont pas les bienvenus en France !
Retournez dans votre pays !

Jeu de rôles – thématique : personnes réfugiées

PERSONNE MILITANT POUR LES DROITS HUMAINS	PERSONNE MILITANT CONTRE LES DROITS DES PERSONNES RÉFUGIÉES
TROLL (vous cherchez uniquement à envenimer le débat)	PERSONNE PACIFICATRICE (vous voulez faire plaisir à tout le monde et souhaitez que tout le monde soit gentil et poli)
PERSONNE RÉFUGIÉE	PERSONNE ÉTUDIANT LE DROIT (vous fondez votre analyse sur le droit et vous cherchez à transmettre vos connaissances)



Jeu de rôles – thématique : personnes roms

« Une municipalité refuse d'inscrire des enfants Roms à l'école »



©Amnesty International / Photographer: Jiri Pasz



Anonyme

Les Roms exploitent leurs enfants, ce sont eux qui ne veulent pas les envoyer à l'école.

Jeu de rôles – thématique : personnes roms

PERSONNE MILITANT POUR LES DROITS HUMAINS	PERSONNE MILITANT CONTRE LES DROITS DES PERSONNES ROMS
TROLL (vous cherchez uniquement à envenimer le débat)	PERSONNE PACIFICATRICE (vous voulez faire plaisir à tout le monde et souhaitez que tout le monde soit gentil et poli)
PERSONNE ROM	PERSONNE ÉTUDIANT LE DROIT (vous fondez votre analyse sur le droit et vous cherchez à transmettre vos connaissances)



Fiche mémo « Les stratégies de réponse »

Annexe 9

Le contre-discours

Le contre-discours vise à discrépiter et déconstruire les propos tenus. Il s'agit de démontrer que les arguments avancés, les idées présentées ou sous-entendues et le raisonnement sur lequel est basé un discours sont faux ou incorrects ou absurdes.

Cette stratégie de réponse est particulièrement utile dans les situations suivantes :

- une explosion de haine contre une minorité spécifique à la suite de certains événements (débat sur une loi protégeant les minorités, dates historiques particulières, réactions à des crimes ou délits imputés à des membres de ces minorités, etc.) appelant à une réaction rapide ;
- un récit haineux en position de force (du fait du paysage politique ou de préjugés bien ancrés dans la société) qu'il s'agit d'affaiblir ou contester.

En fonction du contexte et du message initial, un contre-discours peut prendre la forme d'un commentaire sérieux et documenté...

Exemple :

Discours toxique :

« L'immigration est un gouffre financier pour le pays. Nous ne pouvons pas offrir des aides sociales à des immigrés alors que nous ne pouvons même pas subvenir aux besoins de notre propre prolétariat. »

Contre-discours :

« Une étude publiée en 2018, menée par des économistes du CNRS montre que l'immigration aurait au contraire un impact positif sur l'économie des pays d'accueil. En se basant sur les données de 15 pays d'Europe de l'Ouest sur 30 ans, les chercheurs expliquent que l'augmentation du flux de migrants permanents diminuerait le taux de chômage et augmenterait le PIB par habitant. Parmi les explications : les migrants sont en moyenne plus jeunes que les résidents et contribuent donc aux financements des dépenses sociales et

notamment des retraites, ou encore la migration familiale, qui rend les migrants susceptibles d'avoir plus de dépenses de consommation que les résidents. Par ailleurs, les dépenses publiques supplémentaires entraînées par cette augmentation du flux de migrants permanents sont au final largement compensées par l'augmentation des recettes fiscales. »

Macroeconomic evidence suggests that asylum seekers are not a “burden” for Western European countries, Hippolyte d’Albis, Ekrame Boubtane and Dramane Coulibaly, Science Advances, 20 Jun 2018, Vol. 4, no. 6.

...mais aussi de traits d'humour :

Exemple :

En réaction au hashtag xénophobe #ChacunChezSoi utilisé sur Twitter par des internautes d'extrême-droite opposés à l'accueil des réfugiés et des migrants, de nombreux internautes ont réagi en le détournant et sont parvenus à noyer les discours toxiques sous des dizaines de tweets humoristiques :

Les dimanches, à Bamako #ChacunChezSoi
13.32 23 oct. 2016
29 Retweets 18 J'aime

Les flores en Pagny #ChacunChezSoi
14.47 08 nov. 2016
7 Retweets 3 J'aime

#ChacunChezSoi les blancs en neige
20.33 18 jan. 2017
41 Retweets 44 J'aime

La frange aux frangines #ChacunChezSoi
14.41 30 juil. 2018
7 Retweets 8 J'aime

L'humour, oui, mais...

Le sarcasme, l'ironie et la dérision sont des armes potentiellement très efficaces, mais qu'il convient de manier avec prudence. Gardez en tête que votre réponse est susceptible d'être mal interprétée. Il est donc important de songer à la manière dont votre contenu ou votre message pourrait être (mal) compris ou porter préjudice à certains groupes. Tester vos réparties auprès de membres de votre audience peut vous permettre de jauger les possibles réactions. Par ailleurs, se moquer directement ou humilier des auteurs de discours toxiques peut s'avérer contre-productif, et stimuler ces-derniers dans leur extrémisme.

Le récit alternatif

Le récit alternatif vise à rendre visible une version différente et positive des récits véhiculés de façon explicite ou implicite par les discours toxiques. Le récit alternatif repose sur une vision de la société telle qu'on souhaiterait la voir : une société dans laquelle la dignité et les droits humains de chaque personne sont respectés.

Exemple :

De janvier à octobre 2016, la dessinatrice de bande dessinée Pénélope Bagieu publie chaque semaine sur son blog un portrait sous forme de bande dessinée. Intitulée « Les Culottées », cette série retrace les biographies de femmes de différentes époques et origines culturelles, sociales ou nationales, dépeint les difficultés que chacune a dû surmonter, et valorise la richesse et la diversité de leurs parcours – artiste, exploratrice, médecin, travailleuse sociale, rappeuse, journaliste, opposante politique, vulcanologue, avocate, inventrice, athlète, guerrière etc. En même temps qu'ils mettent en évidence les stéréotypes et préjugés sexistes, ces portraits permettent ainsi de les déconstruire en présentant des exemples qui viennent les contredire, et en proposant des représentations qui peuvent constituer de nouveaux modèles identificatoires.

Source : Blog Les culottées sur Le Monde

Faire preuve de solidarité

Faites preuve de solidarité avec les victimes : selon leurs besoins, montrez que vous n'êtes pas d'accord avec les propos énoncés et que ceux-ci n'ont pas lieu d'être, éloignez l'auteur des discours, offrez du réconfort ou envoyez aux personnes visées des messages de soutien, faites preuve d'écoute, donnez de la visibilité à leurs voix, orientez-les vers des associations ou groupes de soutien, etc.

Internet est un formidable outil pour rassembler, créer et étendre des réseaux. N'hésitez pas à montrer votre soutien aux campagnes, groupes et initiatives luttant contre les discours toxiques.

Exemple :

Le mouvement #MeToo, décliné sous différents noms et traductions dans de nombreux pays, est un mouvement contre le harcèlement et les violences sexuelles et sexistes. L'expression a été utilisée en 2007 par la militante américaine Tarana Burke pour sensibiliser le public sur ce sujet, et a été reprise de façon virale en 2017, sous forme de hashtag sur les réseaux sociaux, par des milliers de femmes pour dénoncer les violences sexuelles dont elles ont été victimes.

La diffusion de leurs témoignages, partagés et relayés massivement par les internautes, a permis une libération de la parole et une prise de conscience du grand public de la prévalence des violences sexuelles et du harcèlement que subissent les femmes, en particulier sur le lieu de travail.

L'éducation, la sensibilisation, la formation

Prévenir et agir contre les discours toxiques nécessite avant tout de déconstruire les stéréotypes et les préjugés qui en sont à l'origine. Ceci représente un travail sur le long terme, qui passe par des actions de sensibilisation, de formation et d'éducation aux droits humains tout au long de la vie.

Exemple :

La campagne « I Welcome » d'Amnesty International cherche à pousser les États à prendre leurs responsabilités en ce qui concerne la protection et l'accueil des réfugiés. La campagne propose des pétitions, des actions de sensibilisation du grand public sur le terrain (rencontres, projections-débats, animation de stands), du plaidoyer auprès des élus, des formations, des supports d'information (brochures, vidéos) etc.



Le recours à l'autorité / le signalement

Si intervenir vous-même peut représenter un risque pour votre sécurité ou celle d'autres personnes présentes, il peut s'avérer nécessaire de faire appel à une figure d'autorité. Selon le contexte il peut s'agir par exemple d'un professeur, d'un agent de sécurité, du responsable d'un lieu public, d'un syndicat, ou encore de la police.

Sur internet, vous pouvez signaler un discours toxique illégal à une plateforme de signalement mise en place par le gouvernement ou par certaines ONG/associations qui parfois proposent également un suivi juridique, ou encore déposer plainte auprès de la police. Il est souvent possible de faire un signalement directement sur la plateforme sur laquelle le discours a été posté. Ce signalement a ici pour objectif de faire supprimer le contenu haineux, et peut mener à des sanctions contre son auteur.

La liberté d'expression, un droit fondamental

Amnesty International privilégie une approche en accord avec le droit international et est donc par principe défavorable à la pénalisation des propos, à l'exception de ceux qui constituent une incitation à la discrimination, à la haine ou à la violence. Nous croyons à l'action des personnes pour assurer une modération et l'équilibre des paroles. C'est pourquoi nous vous proposons principalement des stratégies qui nous paraissent favoriser la liberté d'expression tout en veillant à ce que la dignité de tous les individus soit respectée.

Ne pas répondre / fuir

Avant de réagir, il s'agit d'analyser les risques et bénéfices d'une réponse en fonction du contexte.

Dans une situation en face à face par exemple, si les personnes tenant des propos toxiques sont très nombreuses et agressives et que vous n'avez pas d'allié à vos côtés ou de possibilité d'appeler à l'aide en cas de besoin, l'absence de réponse et la fuite peuvent être les solutions les plus adaptées à ce moment précis, afin de garantir votre sécurité.

Sur internet, si le contenu haineux se trouve sur un site ayant une très faible audience, ou s'il a été mis en ligne et non actualisé depuis plusieurs années, il vaut mieux parfois ne pas y répondre pour ne pas donner un coup de projecteur sur des propos dont la diffusion serait alors renforcée.

Réagir face à un troll

Le troll désigne un ou une internaute dont l'objectif est de faire dégénérer le débat, généralement en posant des questions ou en postant des commentaires jugés stupides, hors de propos ou tout simplement agaçants pour faire réagir les autres internautes et ruiner toute possibilité de dialogue.

Un troll peut agir seul ou collectivement, parfois de façon concertée au service d'une cause idéologique ou politique, par exemple en cherchant à renforcer les stéréotypes et préjugés envers un groupe donné.

Source : <https://deux.io/reagir-face-a-un-troll/> ; PEZET (J.), « L'art du trolling ou comment troller les trolls », Nouvel Obs/Rue 89, 18 décembre 2015.

Voici quelques conseils pour réagir face à un troll :

- L'indifférence : Ne pas réagir face à un troll et l'ignorer est la meilleure façon de le lasser et le faire quitter de lui-même la discussion.
- L'argumentation : Si vous doutez d'avoir affaire un troll et que vous pensez que l'internaute peut être de bonne foi, vous pouvez dans un premier temps répondre à son discours de façon claire et honnête afin de déterminer si le dialogue est possible. Cela peut aussi avoir pour effet positif de faire réagir d'autres internautes qui pourront soutenir votre point de vue. Si vous constatez que le débat s'éternise et que votre interlocuteur reste campé sur ses positions, il est inutile de persister.



- L'humour : Face à un troll, il s'agit souvent d'une stratégie efficace. Prenez le temps de trouver la bonne réplique ou une image humoristique pour tourner son discours en ridicule et lui montrer que ses propos ne vous atteignent pas. Le hacker et troll allemand Linus Neumann propose également quelques principes de posture à suivre pour pouvoir réagir de façon appropriée face à un troll :
 - tu as perdu si tu emploies plus de mots que ton adversaire ;
 - tu as perdu si tu dois expliquer ;
 - tu as perdu si tu dois te justifier ;
 - tu as perdu si tu t'énerves ;
 - tu as perdu si tu ne rigoles pas ;
 - tu as perdu si tu te prends au sérieux ;
 - tu as perdu si tu attribues des qualités ;
 - tu as perdu si tu menaces les autres

Sources : Cette fiche mémo est adaptée des guides « Agir contre les discours toxiques » et « Agir contre la désinformation et les discours toxiques en ligne », Amnesty International France, 2018-2019



Quiz

Annexe 10

Situation 1



Sur Twitter, vous remarquez qu'un nouveau hashtag #CeQueFontLesFemmes apparaît dans les « tendances » (les sujets à la mode). De nombreux utilisateurs y ont recours dans des messages diffusant des stéréotypes sexistes ou des messages au contenu agressif envers les femmes.

Quelle stratégie de réponse vous semble la plus adaptée à cette situation ?

1. Vous répondez à chaque tweet comportant ce hashtag pour en dénoncer le caractère sexiste.
2. Vous créez le hashtag #CeQueFontLesHommes pour dénoncer les comportements sexistes de certains hommes.
3. Vous réutilisez le hashtag #CeQueFontLesFemmes pour mettre en valeur les accomplissements politiques, scientifiques et artistiques de femmes du monde entier.

Situation 2



Sur Facebook, sous un article dénonçant les discriminations vécues par les femmes musulmanes portant le voile, un internaute a écrit le commentaire suivant : « Le voile est contraire au principe de laïcité, les femmes n'ont qu'à arrêter de se mettre un torchon sur la tête et tout ira bien ! ».

Quelle stratégie de réponse vous semble la plus adaptée à cette situation ?

1. Vous ne faites rien.
2. Vous mobilisez vos amis et répondez tous à ce commentaire ironiquement en postant une photo de vous avec un torchon sur la tête.
3. Vous répondez à l'internaute en rédigeant plusieurs longs commentaires très détaillés et citant plusieurs textes de loi pour expliquer que le principe de laïcité garantit à chacun et chacune la liberté de religion, dont celle de manifester ses croyances et de porter des signes religieux dans l'espace public.

Situation 3



Sur YouTube, vous visionnez une vidéo mise en ligne il y a 3 ans traitant de la question de l'accueil des réfugiés. Dans les commentaires, dont le plus récent date d'il y a 2 ans, le débat fait rage entre les internautes favorables à l'accueil et ceux qui s'y opposent de façon virulente. Vous tombez sur un commentaire haineux envers les réfugiés qui vous choque particulièrement.

Quelle stratégie de réponse vous semble la plus adaptée à cette situation ?

1. Vous ne faites rien.
2. Vous répondez au commentaire en disant à l'internaute que son propos est particulièrement violent et raciste.
3. Vous faites une capture d'écran du commentaire et la publiez sur les réseaux sociaux pour le dénoncer publiquement.

Situation 4

Sur un site d'information en ligne reconnu et très fréquenté, dans un article traitant des questions de parentalité, l'auteur de l'article ne présente que les points de vue de personnes s'opposant de façon virulente aux droits des familles homoparentales. Tous les commentaires, longs et argumentés, expriment une adhésion à ces idées. Certains internautes se réjouissent ouvertement des discriminations subies par les personnes homosexuelles.

Quelle stratégie de réponse vous semble la plus adaptée à cette situation ?

1. Vous ne faites rien.
2. Vous signalez tous les propos qui incitent clairement à la discrimination, à l'hostilité ou à la violence.
3. Vous publiez un commentaire pour rappeler que les propos incitant à la discrimination, à l'hostilité ou à la violence sont contraires au droit international, et vous développez un argumentaire renvoyant à des études documentées sur le sujet de l'article, favorables aux droits humains.

Éléments de discussion

Annexe 11

Situation 1

S'il est important que les auteurs des discours, mais aussi ceux qui les lisent, prennent conscience du caractère sexiste des messages, répondre à chacun risque de vous prendre énormément de temps et de vous épuiser.

Créer un nouvel hashtag est une stratégie intéressante. En le combinant au hashtag毒ique initial, vous augmentez les chances que votre message soit vu par un grand nombre d'internautes. Cela peut changer le ton et le contenu des échanges et inciter d'autres personnes à réagir. Le risque dans cet exemple est que votre intention soit mal comprise et que votre hashtag soit utilisé pour diffuser des messages tout aussi empreints de stéréotypes sur les hommes.

Réutiliser un hashtag毒ique et vous l'approprier pour en faire un outil de promotion de messages favorables aux droits humains ou valorisant les personnes et groupes ciblés est une stratégie particulièrement efficace. Dans ce contexte, votre détournement du hashtag vous permet à la fois de :

- réagir à ces discours sans entrer dans la confrontation,
- changer le ton et éléver le niveau de la conversation en apportant des informations qui peuvent contribuer à la déconstruction de stéréotypes et préjugés,
- faire preuve de solidarité en diffusant ou relayant des contenus qui vont renforcer l'estime, la confiance en soi et la capacité d'agir des femmes.

Par ailleurs, mobiliser des soutiens influents peut également être une stratégie efficace et adaptée aux fonctionnements des réseaux sociaux. En incorporant à vos tweets les noms d'utilisateurs de célébrités, responsables politiques ou personnes expertes sur le sujet, vous attirez leur attention sur le débat en cours et leurs réponses peuvent contribuer à visibiliser et donner du poids et de la crédibilité à votre contre-discours.

Situation 2

Le commentaire posté par cet internaute peut être perçu de différentes manières. Il pourrait s'agir d'un troll – c'est-à-dire un individu qui cherche simplement à envenimer le débat – ou bien d'un internaute manifestant sa méconnaissance du cadre juridique de la laïcité en France de façon agressive envers les personnes musulmanes.

Ne pas agir – comme le suggère la réponse A – ne permet pas de savoir comme se positionne cet internaute, et peut lui laisser penser, ainsi qu'aux autres internautes qui auront vu son commentaire, que personne ne s'oppose à son discours.

Répondre d'emblée par des extraits de textes juridiques – comme le suggère la réponse C – risque de braquer votre interlocuteur qui pourrait se sentir infantilisé ou méprisé, même si cela présente l'avantage de fournir en même temps des éléments d'information aux autres internautes. Par ailleurs, les longs messages sont souvent peu adaptés aux réseaux sociaux, et vous prenez le risque de n'être tout simplement pas lu.

Pour vous assurer que vous n'avez pas affaire à un troll, vous pouvez d'abord « tester » l'internaute en répondant brièvement à son commentaire pour donner quelques arguments ou informations, afin de voir sa réaction et déterminer s'il est ouvert au dialogue.

Si vous pensez avoir affaire à un troll, l'humour peut s'avérer une bonne stratégie. Proposer une réponse collective au commentaire qui joue sur le ridicule pour tenter de désamorcer le caractère violent de l'assimilation d'un signe religieux à du linge de cuisine peut permettre de mettre en évidence l'absurdité du propos. De plus, l'utilisation d'images (photos, gifs) vous assure une plus grande visibilité et une compréhension rapide de votre message. N'hésitez donc pas à vous servir de toutes les options proposées par les plateformes de réseaux sociaux.



Situation 3

La rapidité de la production et diffusion des contenus et la réactivité des échanges sont des caractéristiques importantes du fonctionnement d'internet et des réseaux sociaux. Dans cette situation, les commentaires remontent à plus de deux ans. Il est fort possible que l'internaute à qui vous vous adressez ne lise jamais votre message. Le débat a déjà eu lieu sous la vidéo, et la plupart des arguments des deux camps ont probablement déjà été donnés, vous pouvez ainsi ménager vos efforts.

De plus, en répondant à des messages anciens, ou en relayant de nouveau leur contenu haineux, vous risquez de raviver une conversation et d'avoir pour conséquence la diffusion de discours toxiques auprès d'internautes qui n'y avaient pas eu accès. L'effet peut donc s'avérer contre-productif.

La question de l'accueil des réfugiés étant toujours d'actualité, si vous souhaitez que les discours favorables aux droits humains bénéficient d'une plus grande visibilité, vous pouvez en revanche opter pour d'autres stratégies. Par exemple, produire vous-mêmes des contenus vidéo qui donnent à voir et entendre ce message, et/ou relayer la diffusion de ceux qui expriment votre point de vue.



Situation 4

Lorsque vous êtes confronté à des discours toxiques, pensez à vos objectifs : souhaitez-vous entrer en discussion avec les auteurs de ces propos, et dans quel but ? Préférez-vous témoigner votre solidarité aux personnes ciblées ? Définir vos objectifs vous aidera à déterminer la stratégie qui vous convient le mieux et à formuler une réponse adaptée. Si la quantité des messages opposés aux droits humains peut être décourageante, l'absence de discours contradictoire peut laisser penser à leurs auteurs que leur point de vue est unanimement partagé, influer de façon négative sur les représentations de personnes qui doutent, et blesser et générer un sentiment d'isolement chez les personnes homosexuelles ou favorables aux droits humains.

Signaler les propos qui incitent clairement à la discrimination, à l'hostilité ou à la violence – comme le propose la réponse B – est une possibilité, qui ne permet cependant pas de rendre visible une opposition aux points de vue majoritairement exprimés.

Rappeler la loi peut servir à mettre le site d'information et ses modérateurs face à leurs responsabilités : il est de leur devoir de s'assurer que le cadre juridique de la liberté d'expression et la dignité de toutes leurs usagères et tous leurs usagers sont bien respectés.

Enfin, la rédaction d'un long commentaire argumenté, et fournissant des liens vers des documents qui étayent votre propos, peut s'avérer pertinente dans cette situation. Si ce format est généralement peu adapté au fonctionnement des réseaux sociaux, les internautes ayant commenté cet article semblent ici ouverts à cette modalité de communication. Vos arguments ne parviendront peut-être pas à convaincre les personnes au point de vue très affirmé, mais ils rassureront celles qui partagent vos idées et donneront des informations pertinentes à celles qui ne commentent pas et dont le positionnement est encore en cours de construction.



Situations

Annexe 12

En campagne pour les droits humains - situations

SITUATION 1

Une YouTubeuse a créé une chaîne vidéo sur laquelle elle publie régulièrement des vidéos dans lesquelles elle commente et analyse la façon dont sont représentées les femmes dans les œuvres de la culture populaire (films, séries etc.). Très populaires, toutes ses vidéos sont visionnées par des centaines de milliers d'internautes.

Quelques heures après avoir mis en ligne une vidéo consacrée aux représentations stéréotypées des femmes dans les jeux vidéo, des centaines de commentaires sont publiés en dessous de sa vidéo. Après avoir été informés sur un forum en ligne de la publication de la vidéo, des dizaines de joueurs de jeux vidéo se sont mobilisés et se relaient pour poster des messages d'insultes et des menaces de mort. Quelques internautes ont posté des messages disant qu'ils et elles avaient trouvé la vidéo très intéressante, mais ces personnes ont à leur tour reçu des insultes en réponse à leurs commentaires.

Au bout de deux jours, après avoir reçu plus de 10 000 messages menaçants et alors que tous ses comptes mails ont été piratés, la YouTubeuse décide de fermer sa chaîne vidéo.

SITUATION 2

Une loi est en train d'être débattue à l'Assemblée Nationale concernant l'ouverture de la procréation médicalement assistée (PMA) aux personnes célibataires et aux couples de personnes de même sexe.

Sur les journaux d'information en ligne, les articles d'actualité qui traitent de ce sujet suscitent de nombreux commentaires. La grande majorité des internautes semble opposée à ce projet de loi, qui aboutirait selon elle à « *la destruction de la famille* » et « *la décadence de la civilisation* ». D'autres internautes considèrent qu'une famille composée d'un parent célibataire ou d'un couple de même sexe générerait une « *perte de repères* » pour les enfants et que ces derniers « *risqueraient de devenir homosexuels* ».

SITUATION 3

Un attentat a été commis en France il y a quelques jours, faisant plusieurs victimes.

Une vidéo est publiée sur les réseaux sociaux dans laquelle le terroriste revendique son acte. L'homme s'y présente comme musulman, et affirme avoir commis l'attentat au nom de l'islam.

Depuis, les réactions se multiplient sur les réseaux sociaux. Plusieurs personnalités politiques demandent aux musulmans de « *condamner* » et de « *se désolidariser* » de cet acte. De nombreux internautes dénoncent « *la violence des musulmans* » et « *l'incompatibilité* » de leur religion avec les « *valeurs françaises* ». Certains individus annoncent sur des forums en ligne qu'ils « *vengeront* » les victimes de l'attentat en s'en prenant à la communauté musulmane.

SITUATION 4

Un centre d'hébergement d'urgence vient d'ouvrir dans votre quartier, qui accueille des personnes réfugiées.

Des habitants de votre quartier ont mis en ligne une pétition pour exiger la fermeture de ce centre. Dans la lettre d'appel à signatures, ces habitants accusent les réfugiés de générer de l'insalubrité et de l'insécurité dans le quartier : des commerçants auraient subi des cambriolages, plusieurs personnes auraient été victimes d'agression, de nombreux détritus auraient été entreposés aux abords du centre.

La pétition a été très relayée sur les réseaux sociaux et a déjà reçu plusieurs centaines de signatures.

SITUATION 5

Depuis plusieurs semaines, de nombreuses rumeurs circulent en ligne, qui accusent des personnes Roms d'enlever des enfants et adolescents dans votre ville. Des dizaines de vidéos, de montages photos et de messages sont publiées chaque jour sur Twitter, Facebook et Snapchat. Ces messages annoncent des enlèvements et décrivent le mode opératoire des auteurs présumés, qui circuleraient à bord de camionnettes.

La préfecture de police et la Mairie ont publié plusieurs messages pour rassurer la population et expliquer que ces rumeurs et ces informations sont infondées, et qu'aucun cas d'enlèvement ne leur a été signalé. Mais malgré ces démentis des autorités, les rumeurs continuent à circuler et les messages à se diffuser.

Hier, pas loin de chez vous, plusieurs personnes s'en sont pris à des personnes Roms qu'elles soupçonnaient d'avoir enlevé un enfant. Deux hommes ont été roués de coup et leur camionnette a été incendiée.

Fiche-projet

Annexe 13

En campagne pour les droits humains – fiche projet

Titre de votre action :	
Objectifs (à court, moyen et long termes)	- - -
Durée de l'action (dates de début/fin)	
Quels sont les freins/ obstacles que vous pouvez rencontrer ?	
Quelles sont les ressources/alliés que vous pouvez mobiliser ?	
Décrivez votre stratégie : quelles sont les actions menées ?	Étape 1 :



	Étape 2 :
	Étape 3 :
Calendrier : combien de temps durera chaque étape ?	
Matériel nécessaire :	
Moyens humains : combien de personnes sont nécessaires à la réalisation de votre action ? doivent-elles avoir des compétences spécifiques ?	
Évaluation : de quelle façon allez-vous mesurer l'impact de votre projet ? vérifier que vos objectifs sont atteints ?	