

Chapitre 8

Réflexions sur la naissance du Mouvement contre le discours de haine

Antonia Wulff⁴¹

Nous avons trois objectifs. Tout d'abord, contrer la montée de l'extrême droite, particulièrement sur internet, qui devenait le vecteur idéal pour propager ses messages, recruter des gens et en intimider d'autres. Les espaces de discussion en ligne se faisaient plus haineux, ce qui avait des conséquences très fâcheuses pour nos sociétés.

Ensuite, nous voulions explorer de nouvelles manières de travailler avec les jeunes et de les soutenir à cet égard. Non que les valeurs du Conseil de l'Europe – droits de l'homme, démocratie et primauté du droit – fussent sans objet, mais certaines approches de la défense de ces valeurs nous semblaient dépassées, à commencer par ce qui nous paraissait être la division artificielle des mondes en ligne et hors ligne.

Enfin, nous voulions remettre en question le point de vue selon lequel les jeunes seraient uniquement des victimes et montrer que l'on peut être à la fois vulnérable et, en même temps, parmi les mieux placés pour contester et changer le cours des choses. Nous avions l'exemple du travail déjà réalisé par des organisations et des réseaux de jeunesse pour combattre le discours de haine, par exemple en signalant les sites web racistes et en formant la police à reconnaître les graffitis néonazis.

Les discussions au sein du Conseil consultatif pour la jeunesse se sont déroulées dans le cadre plus large du processus de réforme alors en cours au Conseil de l'Europe. Tous les secteurs de l'Organisation étaient encouragés à innover dans leur manière d'agir et, dans le cadre de ce processus, le secteur jeunesse avait été invité à répondre à cette question : qu'est-ce qui fait votre valeur ajoutée ? Nous nous sommes sentis profondément offensés et, d'une manière générale, incompris : comment pouvait-on ne pas voir l'impact du secteur jeunesse ?

41. L'auteur a présidé le Conseil consultatif pour la jeunesse de 2009 à 2011. C'est durant ce mandat que le Conseil consultatif pour la jeunesse a proposé de créer le Mouvement contre le discours de haine, approuvé par le Conseil mixte pour la jeunesse et officiellement lancé par le Conseil de l'Europe en 2013.

C'est alors que nous avons décidé de mettre au point un projet qui aiderait les jeunes à lutter contre le discours de haine en ligne. Nous allions créer les capacités nécessaires pour reconnaître le discours de haine, la rhétorique et les symboles racistes ; pour comprendre la différence entre discours de haine et liberté de parole ; pour s'informer sur la législation et sur les mécanismes permettant de signaler le discours de haine dans différents pays. Nous allions développer et mettre en commun des outils de suivi, de signalement et d'activisme en ligne, offrir des formations entre pairs et construire une communauté d'activistes. Nous avons baptisé le projet « Défenseurs des droits de l'homme en ligne ».

Jusqu'alors, le Conseil de l'Europe n'avait pas fait grand-chose sur le discours de haine en ligne, qui représentait pourtant une menace essentielle pour les droits de l'homme, la démocratie et la primauté du droit. En essayant d'investir l'espace public que constituait internet, il nous semblait que les valeurs et les travaux du Conseil de l'Europe pouvaient devenir quelque chose de concret dans le quotidien des jeunes. Sans compter que le travail de l'institution offrirait un cadre plus large et favoriserait un sentiment communautaire, avec une myriade d'acteurs divers luttant pour une même cause, bien qu'avec des outils différents.

Si nous considérons la nature et la définition légales du discours de haine comme une force, pour autant nous n'en n'ignorions pas les limites, notamment en raison de la diversité des cadres juridiques d'un pays à l'autre. Dans le pire des cas, notre activisme serait limité, voire arrêté, par des arguments sur ce qui constitue vraiment le discours de haine. Dans le meilleur des cas, les cadres juridiques apporteraient à notre lutte un soutien et des armes supplémentaires.

Le problème était d'autant plus important que le projet risquait de présenter, de manière implicite, le discours de haine comme un symptôme d'ignorance individuelle et de manque d'éducation, mais aussi de nier le caractère idéologique de nombreux mouvements d'extrême droite, ce qui pouvait donner l'impression que la question aurait pu facilement être résolue par un projet tout simplement antiraciste ou par un projet pédagogique sur les droits de l'homme. Bien qu'il faille favoriser et promouvoir le dialogue en tant qu'outil transformateur, le discours de haine en tant que phénomène a des racines politiques et structurelles ; nous devons l'attaquer aussi sur ces fronts.

Aussi, l'appui d'une institution de défense des droits de l'homme intergouvernementale telle que le Conseil de l'Europe était-il essentiel pour la campagne. Au demeurant, cette démarche exigeait que l'Organisation et ses États membres intensifient leurs efforts ; nous avons besoin non seulement qu'ils soutiennent et protègent les défenseurs des droits de l'homme, mais surtout qu'ils empêchent les abus et les violations des droits de l'homme. Nous espérions voir notre défense des droits de l'homme renforcée au plus haut niveau politique.

Nous étions loin de nous douter que les gouvernements de certains de ces États membres continueraient, en fait, de contribuer à aggraver la situation des droits de l'homme en Europe, adoptant souvent des politiques et un langage tendant à normaliser le discours de haine en ligne et hors ligne. Malheureusement, jamais le Mouvement contre le discours de haine n'a été plus nécessaire qu'aujourd'hui.

MOUVEMENT CONTRE LE DISCOURS DE HAINE

Une contribution du Conseil de l'Europe

Menno Etemma, coordinateur du Mouvement contre le discours de haine

Depuis son lancement en 2013, le Mouvement contre le discours de haine, campagne de jeunesse visant à combattre le discours de haine et à promouvoir les droits de l'homme en ligne, est considéré comme un projet prioritaire du Conseil de l'Europe.

Avec l'intégration croissante d'internet à notre vie de tous les jours, la nécessité de garantir nos droits de l'homme en ligne est devenue évidente. Internet nous ouvre de nouvelles possibilités de jouir de nos droits – exprimer nos opinions, nous réunir, former de nouvelles communautés et apprendre les uns des autres – sans avoir à nous soucier d'obstacles pratiques tels que frais de voyage ou régimes de visas. Mais il permet aussi à des individus et à des groupes de promouvoir la discrimination et l'intolérance en tenant des discours de haine en ligne. Certes, le discours de haine n'est pas un problème nouveau en matière de droits de l'homme, mais le fait qu'il puisse se tenir en ligne a encore aggravé les choses car il se produit jour et nuit, et il est difficile de le surveiller, de le mesurer et de l'empêcher.

La liberté de nous exprimer et de participer pleinement et à égalité à une société démocratique, autrement dit d'être membre à part entière d'une société européenne sans discrimination aucune ni crainte de violence, voilà qui est au cœur de ce que le Conseil de l'Europe entend réaliser pour tous les Européens. C'est pourquoi l'Organisation travaille avec les gouvernements et les organisations de la société civile de tous ses États membres à promouvoir et à protéger les droits de l'homme, la démocratie et la primauté du droit en Europe.

Dans sa Recommandation CM/Rec(2014)6 sur un Guide des droits de l'homme pour les utilisateurs d'internet, au paragraphe 1, le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe dit clairement que les droits et libertés consacrés par la Convention européenne des droits de l'homme s'appliquent à l'espace en ligne. Aussi, les 47 États membres de l'Organisation doivent-ils veiller à ce que nous puissions pleinement jouir de nos droits d'exprimer nos opinions et de nous réunir, de notre droit au respect de la vie privée et d'utiliser internet pour accéder aux connaissances en étant protégés de la cybercriminalité.

De plus en plus de services publics (pour le paiement des impôts ou pour une demande de prestations sociales par exemple) sont assurés au moyen d'outils en ligne, de même que les débats publics ou les consultations se déroulent via internet. C'est aussi sur internet et sur les journaux en ligne que nous allons chercher l'information, également présente sur les plateformes de médias sociaux. Parmi ces nouveaux canaux d'information, beaucoup sont interactifs : le lecteur peut laisser des commentaires et contribuer aux échanges sur l'actualité. Malheureusement, il arrive trop souvent de lire des expressions de haine publiées en ligne, ciblant des individus et des groupes au simple motif de leur différence ou de leurs divergences d'opinions.

Le discours de haine visant les femmes (femmes journalistes ou personnalités politiques par exemple) en est une illustration manifeste. Pour cette campagne, nous avons qualifié de sexiste ce type de discours car il vise les femmes non pour ce qu'elles disent mais simplement parce qu'elles sont des femmes et osent dire quelque chose. Le discours de haine a pour but d'humilier et de chosifier les femmes, de ruiner leur réputation et de les réduire au silence et à la soumission. Souvent, celles qui sont visées par le discours de haine se sentent menacées et, trop souvent, cessent de se manifester en ligne. En conséquence, le discours de haine sape le droit d'expression et le droit à l'égalité (égalité entre les femmes et les hommes par exemple). La Convention du Conseil de l'Europe sur la prévention et la lutte contre violence à l'égard des femmes et la violence domestique (également dite « Convention d'Istanbul ») traite du sexisme en ligne et du discours de haine sexiste, le reconnaissant comme une forme de violence à l'égard des femmes. Quant à la Stratégie du Conseil de l'Europe pour l'égalité entre les femmes et les hommes, elle aussi appuie les ONG dans leur lutte contre le discours de haine sexiste et, entre autres initiatives, promeut les femmes dans les médias. Ainsi, le discours de haine sexiste fait-il partie des priorités thématiques du Mouvement contre le discours de haine. Reste que le discours de haine peut viser n'importe qui. C'est pourquoi nous continuons aussi de dénoncer les discours de haine antisémite, antiréfugiés et antidemandeurs d'asile, islamophobe et romophobe.

Pour aborder le discours de haine, notre approche doit s'adresser à plusieurs niveaux et à plusieurs acteurs. Au sein du Conseil de l'Europe, différents secteurs œuvrent ensemble dans le cadre de cette campagne pour sensibiliser, pour mener des projets éducatifs et pour soutenir la mise en application de traités et de conventions portant sur les droits de l'homme. Lors de la dernière Journée d'action contre le discours de haine visant les réfugiés, le 20 juin 2015, nous avons travaillé avec le Représentant spécial du Secrétaire Général (du Conseil de l'Europe) pour les migrations et les réfugiés, ainsi qu'avec d'autres partenaires de la campagne ; l'objectif était de sensibiliser au fait que les réfugiés ont le droit de demander l'asile pour fuir la violence et les persécutions, le droit à ce que leur cause soit entendue équitablement ainsi que le droit à un traitement et à un logement décent, à une assistance linguistique, etc. Avec des membres de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, plus précisément avec l'Alliance parlementaire contre la haine, nous avons également mené une action contre le discours de haine politique visant les réfugiés. Bien naturellement, l'arrivée massive de nouvelles personnes dans une communauté engendre des questions et des craintes ; aussi les partenaires de la campagne ont-ils organisé des activités (éducatives) pour promouvoir une communication interculturelle et pour favoriser la compréhension entre les populations à travers l'Europe.

Puisqu'il s'agit d'une campagne de jeunesse, l'une de nos priorités est de mieux faire connaître aux jeunes, par le biais d'une éducation aux droits de l'homme, le risque que le discours de haine fait courir à ces droits et à la démocratie, ainsi que de donner les moyens de rejeter le discours de haine et de promouvoir les droits de l'homme en ligne. *Connexions*, manuel pour la lutte contre le discours de haine en ligne par l'éducation aux droits de l'homme, aide à cette fin les animateurs, les éducateurs et les responsables de jeunesse. Il fait partie des efforts depuis longtemps déployés par l'Éducation à la citoyenneté démocratique et aux droits de l'homme

(ECD/EDH) à l'intention de toute la jeunesse européenne. Ce programme s'articule autour de plusieurs publications : *Repères*, un manuel pour l'EDH à l'intention des jeunes, *Questions de genre*, un manuel abordant avec les jeunes la question de la violence fondée sur le genre, et *Mirrors*, un manuel sur la lutte contre l'antisiganisme par l'EDH, pour n'en citer que quelques-uns. Tous ces manuels sont utilisés dans les activités éducatives de la campagne.

Le Mouvement contre le discours de haine n'est pas la première campagne menée par le secteur jeunesse du Conseil de l'Europe pour lutter contre la discrimination. En 1995 naissait la première campagne « Tous différents, tous égaux », dont le succès a permis de lancer en 2006 d'une seconde campagne qui a duré un an. Les expériences, les manuels et les pratiques de ces campagnes restent des outils intéressants pour combattre le discours de haine aujourd'hui.

Bien entendu, notre travail de sensibilisation et d'éducation ne suffit pas en soi. Des politiques de jeunesse adéquates, élaborées avec et pour les jeunes, sont essentielles au succès. Le secteur jeunesse du Conseil de l'Europe s'efforce d'encourager la coopération pour harmoniser les politiques de jeunesse dans les États membres, notamment en établissant des critères de qualité, et ce afin d'offrir aux jeunes « les mêmes chances et expériences leur permettant de développer les connaissances, compétences et savoir-faire nécessaires pour jouer pleinement leur rôle dans tous les domaines de la société » (Agenda 2020, 2008).

La campagne exige donc de tous les États membres du Conseil de l'Europe qu'ils mettent en application la Charte sur l'éducation à la citoyenneté démocratique et aux droits de l'homme, notamment à l'intention des internautes ; ce qui ne pose pas de réel problème car l'intégration du manuel de campagne *Connexions* serait facile et pourrait donner d'excellents résultats.

Par ailleurs, la campagne soutient la mise en œuvre de la Recommandation de politique générale n° 15 sur la lutte contre le discours de haine, publiée par la Commission européenne contre le racisme et l'intolérance (ECRI) du Conseil de l'Europe. Dans ce document, des lignes directrices permettent de mieux comprendre ce que sont le discours de haine, l'incitation à la haine et la liberté d'expression. Cette recommandation encourage une réaction rapide des personnalités publiques face au discours de haine, la suppression de tout soutien aux partis politiques qui ont recours au discours de haine, une autorégulation des médias et une sensibilisation aux dangereuses conséquences du discours de haine.

Quant à la Convention de Budapest sur la cybercriminalité, il est important que davantage de pays signent ses protocoles additionnels, qui couvrent la pénalisation des actes à caractère raciste et xénophobe commis via des systèmes informatiques. Par ailleurs, la campagne contribue à la Stratégie du Conseil de l'Europe pour la gouvernance de l'internet, laquelle préconise un environnement en ligne ouvert, inclusif, sûr et habilitant. En l'espèce, nous estimons que les jeunes doivent être des partenaires actifs dans les décisions prises sur la gouvernance d'internet.

Comment les jeunes peuvent-ils s'engager ? Si le Mouvement contre le discours de haine est une campagne de jeunesse du Conseil de l'Europe, il se compose aussi de campagnes nationales – menées dans plus de 43 pays à travers l'Europe, ainsi

qu'au Maroc, au Québec et au Mexique – qui le déploient avec plus de 60 partenaires européens et militants en ligne. Les campagnes nationales sont mises en œuvre avec la participation active d'organisations de jeunesse, d'ONG de défense des droits de l'homme et de représentants gouvernementaux par le biais de comités nationaux de campagne ou de groupes de soutien. Cette approche permet d'adapter les campagnes nationales au contexte et à la langue de chacun des territoires.

Ensemble, nous organisons toutes sortes de manifestations à l'intention des jeunes : activités éducatives, conférences, événements, camps, animations de rue et festivals. Pour chacun des pays, les événements hors ligne sont répertoriés sur le site web de la campagne (www.nohatespeechmovement.org, www.nohatespeechmovement.org/ncc) ou sur les pages Facebook des campagnes nationales (<https://www.facebook.com/nohatespeech/>). Quant aux activités en ligne, elles sont décrites sur le site de la campagne et sur Facebook (www.facebook.com/nohatespeech), ainsi que sur Twitter (#nohate_speech). En résumé :

- ▶ la plate-forme de campagne en ligne www.nohatespeechmovement.org est un espace ouvert sur lequel les jeunes de tous âges peuvent publier leurs messages (vidéos et photos) personnels concernant leur expérience du discours de haine. Il leur est également possible de s'inscrire au bulletin d'information et de découvrir comment participer à la campagne ;
- ▶ l'Observatoire du discours de haine (www.hatespeechwatch.org) permet aux utilisateurs de lier le contenu de n'importe quel discours de haine rencontré sur internet. Il est également possible d'étiqueter et de commenter les messages publiés. Figurent aussi des contre-récits et des informations sur les dispositifs nationaux permettant de signaler le discours de haine ;
- ▶ grâce au blog « Campagne en action » (<http://blog.nohatespeechmovement.org/>), les utilisateurs peuvent télécharger des informations et partager des activités à l'échelle nationale et européenne, ce qui permet d'avoir un aperçu de ce que font les militants et les partenaires de la campagne.

Les droits de l'homme et la participation démocratique en ligne sont pour nous tous un sujet de préoccupation car nous pouvons tous être un jour les cibles du discours de haine. Rester silencieux n'est pas une solution car le discours de haine a alors libre cours pour s'afficher et se propager.

LA CAMPAGNE CONTRE LE DISCOURS DE HAINE EN HONGRIE

Entretien avec Ivett Karvalits, coordinatrice de la campagne pour la Hongrie

Pourquoi était-il important de lancer la campagne dans votre pays ?

Haine, incitation à la haine et discours de haine à l'encontre de groupes vulnérables de la société, le tout sur fond de xénophobie, d'intolérance et de préjugés, voilà quelques-uns des problèmes les plus cruciaux auxquels notre époque se trouve confrontée,

aussi bien en ligne que hors ligne. En Hongrie, le phénomène est répandu et s'est aggravé au cours de la dernière décennie en raison des conséquences de la crise économique : taux de chômage élevé chez les jeunes, manque d'autres perspectives professionnelles, pauvreté, absence d'éducation à la citoyenneté, déficit démocratique et radicalisation, ce qui va généralement de pair avec une stigmatisation des groupes marginalisés de la société. Tous ces facteurs ont contribué à un climat d'intolérance.

D'après un rapport sur la jeunesse hongroise publié en 2012, la plupart des jeunes hongrois passent une part importante de leur vie sociale en ligne, dans un monde virtuel débordant de risques, de défis et d'informations et de messages équivoques. L'un de ces risques est la création ou le partage de contenus haineux ciblés, c'est-à-dire de discours de haine. Cyberharcèlement, abus et violence verbale dans l'environnement en ligne, telles sont les conséquences les plus négatives de la présence active des jeunes dans la vie sociale de l'espace virtuel, ce qui peut entraîner de réels dommages physiques et psychologiques chez certains individus et dans la communauté.

La récente crise migratoire a fourni une excuse à ces voix de haine, tandis que les principaux partis politiques du pays les ont légitimées par le rejet ouvert des réfugiés et par des récits maintes fois répétés à propos de l'État-nation fondé sur une culture homogène. Les sondages d'opinion montrent que le parti politique de droite le plus radical est le plus populaire parmi les jeunes hongrois, dont la conscience et la participation politiques sont pourtant généralement très faibles. On ne peut que déplorer cette situation mais, dans l'enseignement public hongrois, l'éducation à la citoyenneté et la formation aux droits de l'homme sont une zone grise. Dans ce domaine, les enseignants manquent de formation à des méthodes innovantes et efficaces, tandis qu'une pénurie de ressources empêche la mise en place de programmes adéquats. Sans compter que l'éducation à la citoyenneté n'est pas une discipline à part entière dans les principaux programmes et que les écoles n'en font pas une priorité dans leur choix d'activités parascolaires.

Voilà pourquoi le Mouvement contre le discours de haine en Hongrie est important : ses objectifs concernent l'éducation aux droits de l'homme ou l'éducation à une citoyenneté active. Notre but est de propager une culture de droits de l'homme, de sensibiliser le public et, avant tout, les jeunes, à l'importance des droits de l'homme en ligne et hors ligne. Nous essayons de contribuer au développement d'une culture inclusive et respectueuse à l'école et parmi la jeunesse, d'attirer l'attention sur la place éminente que tiennent les communautés en ligne dans la vie des jeunes et de sensibiliser aux menaces et aux responsabilités liées aux actions et aux expressions en ligne. Nous voulons apprendre aux jeunes à devenir critiques, à prendre des décisions éclairées et à défendre les valeurs que nous embrassons et respectons tous. Notre but est aussi de sensibiliser les organisations et les professionnels qui travaillent avec des jeunes dans l'éducation formelle et non formelle, et de les impliquer dans la réalisation de tous ces objectifs.

Pouvez-vous donner un exemple de l'impact positif de la campagne au niveau local/national ?

La Hongrie a rejoint le Mouvement contre le discours de haine en mars 2013. Un comité de campagne auquel participent plusieurs organisations de jeunesse (notamment des membres du Conseil national de la jeunesse) a été mis en place pour sensibiliser

les jeunes aux droits de l'homme, à la sécurité sur internet et à la citoyenneté active par le biais d'événements, de formations et d'actions en ligne / hors ligne, et d'activités non formelles portant sur de multiples questions liées à la campagne comme la solidarité avec les cibles du discours de haine, les contre-récits face au discours de haine, la protection des droits de l'homme et l'éducation pour une participation active. Au cours des trois dernières années, 10 sessions nationales de formation ont été organisées dans le cadre de la campagne, avec plus de 150 participants (animateurs de jeunesse et jeunes confondus), et sept projets modèles locaux ont été développés par des jeunes dans tout le pays, ainsi qu'un concours national en ligne sur la démocratie, dédié à la campagne et auquel participent 20 classes de l'enseignement secondaire et plusieurs communautés scolaires. Nous avons organisé une exposition itinérante dans les meilleures universités du pays, avec des conférences et des discussions en table ronde pour sensibiliser les étudiants de troisième cycle aux droits de l'homme en ligne. Les membres du comité de campagne s'engagent dans une coopération internationale et plusieurs initiatives (échanges, formations, séminaires) internationales ont été lancées à l'intention de la jeunesse. En outre, la campagne a produit 10 messages vidéo, dont une chanson populaire et un clip dédiés, tandis que trois flash mobs ont rassemblé des centaines de jeunes et le grand public autour de messages en faveur des droits de l'homme. Certains des projets modèles ont attiré davantage d'attention du public, notamment une exposition photographique itinérante et des manifestations spontanées d'activisme de rue recourant à la technique du théâtre invisible. Par ailleurs, de jeunes militants bénévoles ont porté la campagne jusque dans de grands festivals d'été. Parmi les partenaires actifs de la campagne, citons des organisations nationales de jeunesse, des clubs/centres de jeunesse locaux, ainsi que des organisations locales dirigées par des jeunes et par des ONG s'occupant d'éducation aux droits de l'homme ou de la jeunesse.

En termes d'impact, on est en droit de supposer que les jeunes ayant participé à la mise en œuvre d'activités et de projets de campagne ont développé leurs compétences sociales et organisationnelles, et qu'ils s'impliquent plus activement dans leurs communautés locales. Quant à ceux qui ont été ciblés/touchés par les activités, ils se sentent plus responsables de leurs actions en ligne et hors ligne vis-à-vis des différents groupes vulnérables de la société, et sont devenus plus conscients de l'importance des droits de l'homme, mais aussi des risques et des conséquences du discours de haine en ligne.

Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées ?

Le comité de campagne, mis en place par le ministère des Ressources humaines, se compose d'ONG ou d'organisations de jeunesse tributaires des fonds apportés par diverses institutions donatrices. Dès le début, le soutien financier de l'État a fait défaut, si bien que les organisations participantes ont financé elles-mêmes tout le travail réalisé sur leurs propres ressources ou par les fonds qu'elles ont levés, principalement des subventions de l'UE et des aides du Conseil de l'Europe. Certes, les ONG hongroises sont habituées à cette situation, mais cela n'aide guère en termes de prévisibilité, de continuité et de pérennité de la campagne. Malgré tout, nombre

d'excellentes initiatives ont vu le jour et, à partir de 2016, le comité de campagne s'est vu offrir par le département jeunesse du ministère des Ressources humaines un budget annuel pour couvrir ses dépenses de fonctionnement.

Autre difficulté : le caractère sensible des questions abordées et la manière d'en parler avec les jeunes. Lorsque nous avons tenté de mobiliser des organisations actives auprès des victimes de la haine, ou d'autres organisations bénéficiant d'années d'expérience dans la protection des droits de l'homme, elles ont toujours mis en doute la profondeur et l'efficacité de cette campagne de jeunesse. Les supports visuels et les messages utilisés dans la campagne, de même que la prédominance d'outils tels que médias sociaux – qui nous semblent constituer des atouts pour parler du groupe cible que sont les jeunes –, sont parfois jugés superficiels et banals. Souvent, en prospectant de nouveaux acteurs, nous avons dû les convaincre de la légitimité et de la nécessité de notre mission et de nos méthodes. Cependant, nous avons aussi rencontré une grande ouverture de la part des jeunes à l'égard des activités et des messages de notre mouvement, en particulier avec notre logo, qui est de plus en plus reconnu en Hongrie.

LA CAMPAGNE CONTRE LE DISCOURS DE HAINE EN BELGIQUE

Entretien avec Manu Mainil, coordinatrice de la campagne pour la Belgique

Pourquoi était-il important de lancer la campagne dans votre pays ?

Que ce soit en Belgique francophone ou ailleurs, nos multiples identités évoluent en permanence dans la sphère virtuelle. Cette sphère virtuelle fait partie intégrante de notre monde réel et notre connexion internet nous suit comme une ombre partout où nous allons. Les jeunes sont d'autant plus susceptibles d'agir par imitation et de reproduire le comportement qu'ils voient dans cet univers. Or, plusieurs enquêtes confirment qu'ils se trouvent confrontés quotidiennement au discours de haine en ligne (sous forme d'images, de texte, de vidéos, etc.) et qu'ils ne savent pas nécessairement comment réagir ou auprès de qui trouver de l'aide.

C'est pourquoi il nous a paru essentiel de lancer la campagne en Belgique pour accompagner les jeunes dans leur découverte d'une citoyenneté numérique active, critique, créative et favorisante, mais aussi pour apporter aux adultes qui leur servent de modèles (éducateurs, parents, enseignants, etc.) des ressources éducatives permettant d'organiser des activités de sensibilisation et, ce faisant, d'instaurer un climat de confiance et de respect.

Depuis mars 2013, notre plateforme d'associations et de militants a réalisé un énorme travail de fond pour élaborer des outils (illustrations, jeux, vidéos, etc.) et a organisé de multiples activités (actions citoyennes, événements, expositions, formations, séminaires, etc.).

Pouvez-vous donner un exemple de l'impact positif de la campagne au niveau local/national ?

La Campagne contre le discours de haine nous a permis de construire un vaste réseau d'acteurs disposés à agir fermement pour assurer le respect des droits de l'homme en ligne.

Depuis novembre 2015, stimulé par le Bureau international de la jeunesse, qui coordonne aujourd'hui la campagne, ce réseau s'est résolument étendu et largement diversifié. Nous pouvons désormais nous faire une meilleure idée de ce qui se passe sur le terrain, ce qui nous donne une base solide pour accueillir des partenariats intersectoriels et pour rehausser notre image.

Avec ses 350 membres, notre plateforme d'associations et de militants fonctionne aujourd'hui comme un laboratoire : nous pouvons exprimer nos besoins respectifs, partager les bonnes pratiques, compiler la documentation, bénéficier de formations et d'outils pratiques, et, enfin, mener des actions communes à l'occasion de certains événements.

Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées ?

Sans aucun doute, la principale difficulté a été la constante évolution propre à l'environnement numérique. La profusion des plateformes et des applications nous oblige à rester en permanence à jour dans toute une foule de contextes, notamment pour les paramètres de sécurité et de confidentialité, pour le mode d'interaction des utilisateurs et pour les mécanismes de signalement.

Pour ceux qui aident les jeunes, ce facteur a un impact sur la manière d'aborder le problème de la haine en ligne : comment se sentir à l'aise, d'emblée, avec les nouvelles technologies qui évoluent sans cesse ? Il est donc impératif d'adapter nos activités de sensibilisation à cette réalité pour offrir des moyens de discuter, sans aucune inhibition, de la manière dont les jeunes utilisent ordinateurs et smartphones. Il nous paraît crucial de leur offrir une possibilité d'aborder ouvertement des sujets parfois sensibles, en adoptant une approche nécessairement objective et en étant pleinement conscients que tout ce qui advient dans le monde virtuel a des conséquences pour chacun de nous. Que ces conséquences soient négatives ou, même, inquiétantes, il n'est jamais trop tard pour inverser la tendance et utiliser internet, cet outil redoutable, pour lutter contre toutes les formes de discrimination !

LA CAMPAGNE CONTRE LE DISCOURS DE HAINE EN IRLANDE

Entretien avec Anne Walsh, coordinatrice de la campagne pour l'Irlande

Pourquoi était-il important de lancer la campagne dans votre pays ?

Le National Youth Council a lancé le Mouvement contre le discours de haine en Irlande en réponse à un appel de l'équipe de campagne du Conseil de l'Europe. J'ai d'abord pensé qu'en Irlande il n'y a pas vraiment de discours de haine par rapport à

d'autres pays d'Europe car nous avons la chance de ne pas avoir de parti politique d'extrême droite. Cependant, si l'on approfondit un peu la question, on s'aperçoit que le discours de haine est tout aussi répandu en Irlande qu'ailleurs. Il est particulièrement visible s'agissant des *Travellers* (gens du voyage, également dits *Tinkers*), nos concitoyens autochtones de tradition nomade, qui subissent une discrimination ouverte. (En Europe, les *Travellers* irlandais sont désignés par le terme plus large de Tsiganes.) Nous assistons aussi à une montée significative de l'islamophobie et, bien sûr, il y a le problème endémique du discours de haine sexiste.

Lorsque nous avons commencé à participer à la campagne, l'Irlande s'apprêtait alors à voter sur la législation du mariage homosexuel et nous voulions contrer le discours de haine qui ne pouvait manquer d'exploser. Riches des enseignements de cette campagne, nous prévoyons que ce qui déclenchera la prochaine vague du discours de haine sera une proposition de référendum pour abroger l'interdiction de l'avortement en Irlande. C'est là une question controversée qui sera douloureuse pour beaucoup. Le Mouvement contre le discours de haine luttera pour veiller à ce que tout se passe dans le respect des deux côtés.

Nous luttons aussi pour que soit mise en place une législation sur le crime de haine. Nous sommes l'un des deux seuls pays en Europe sans législation sur le crime de haine. Certes, nous ne croyons pas qu'il soit possible de légiférer contre le discours de haine, trop difficile à définir ; mais cela exige d'autant plus une campagne forte contre le discours de haine au niveau communautaire.

Pouvez-vous donner un exemple de l'impact positif de la campagne au niveau local/national ?

Malgré des moyens quasi inexistant – pas de fonds de base et une très petite équipe de jeunes ambassadeurs –, nous faisons bouger les choses. Les gens savent que nous existons, ils savent qu'il y a un témoin qui veille et qui agit. En agissant comme modèles de comportement et en observant les tendances, nous voyons de plus en plus de gens se solidariser contre les semeurs de haine ; les messages en ligne se multiplient pour soutenir les victimes et s'élever contre le discours de haine. La culture en ligne se transforme : désormais, des gens n'hésitent pas à dénoncer la discrimination quand ils la reconnaissent.

Nous avons vu des responsables politiques présenter leurs excuses pour des remarques insultantes, certains ayant été exclus de leurs partis ou interdits de se porter candidat à une élection. Twitter s'est vraiment bien engagé à nos côtés, de même que Facebook.

Au niveau local, nous voyons des groupes de jeunesse s'engager dans la campagne et mener des activités (des flash mobs par exemple), réduisant directement le discours de haine et le langage préjudiciable qui, auparavant, n'auraient pas manqué de surgir. D'autres groupes ont réalisé des vidéos qui envoient un message fort sur l'importance de la solidarité et de la défense d'autrui. Des jeunes nous disent qu'à présent ils se retiennent d'écrire des choses haineuses en ligne pour exprimer leur colère, recourant à des moyens plus constructifs de dire leur désaccord.

Dans le cadre de notre campagne en Irlande, nous avons formé de jeunes ambassadeurs qui, à tour de rôle, gèrent nos plateformes No Hate Speech Movement sur

Facebook et Twitter. Leur travail consiste surtout à publier des contre-récits pour faire vivre les messages antidiscrimination positifs. Ils font aussi des présentations dans les écoles, auprès des groupes de jeunesse et dans les universités.

Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées ?

Mener la Campagne contre le discours de haine en Irlande, c'est se heurter à de nombreuses difficultés. Comme l'argent fait totalement défaut, nous n'avons pas de coordinateur à temps complet ni même partiel pour la campagne. Comme nos jeunes ambassadeurs sont tous occupés par ailleurs (études ou emploi), leur temps est compté ; ce qui réduit l'impact que nous pourrions avoir. Nous misons beaucoup sur la participation à des projets européens pour former notre équipe de jeunes ambassadeurs.

C'est une campagne difficile à mener : qui a envie de demander à des jeunes de se mettre à traquer les discours de haine ? Heureusement, quelques membres de notre Comité national de campagne se chargent en partie de cette tâche, faisant des captures d'écran, nous signalant des incidents et gardant la trace des récidivistes. Par ailleurs, parce qu'il s'agit d'une campagne en ligne, elle intervient largement dans le même espace naturel que la communication en ligne, espace difficile à manipuler et à investir en tant que bénévoles non professionnels. Comme tous les êtres humains, nous avons tendance à être attirés par des personnes qui nous ressemblent, si bien que notre cercle d'influence en ligne se compose en général de personnes partageant plus ou moins les mêmes idées. Dépasser ces cercles, ce serait devoir multiplier les visites aux groupes de jeunesse, aux écoles et aux universités. Or, il faut du temps et de l'argent pour y parvenir. Nous avons de grandes ambitions pour la campagne en Irlande : nous voulons en particulier travailler davantage avec l'Irlande du Nord ; mais là, il nous manque encore un partenaire clé. Il n'empêche qu'avec très peu nous avons fait une impression bien plus forte que nous ne l'aurions jamais imaginé.

LA CAMPAGNE CONTRE LE DISCOURS DE HAINE EN SERBIE

Jeter les bonnes bases : une condition préalable à la viabilité de la campagne

Aleksandra Knežević, coordinatrice de la campagne pour la Serbie

Dès qu'elle est apparue au niveau européen, nous avons adhéré à l'idée de lancer une campagne contre le discours de haine et autres phénomènes négatifs circulant dans la communauté en ligne, voyant cette campagne comme le parfait instrument pour faire entrer le sujet dans nos réalités nationales et locales. Des études nous montraient que les jeunes serbes passaient jusqu'à 15 heures par jour en ligne et qu'ils n'étaient pas convenablement informés ni éduqués sur le cyberspace ; c'est ce qui nous a décidés à rejoindre la campagne dès son lancement officiel.

Nous y avons discerné un objectif double : d'une part, apprendre aux jeunes que les comportements négatifs sur internet ont tout autant de poids et de conséquences que dans le monde réel et qu'ils peuvent avoir des effets aussi dévastateurs sur la vie de chacun ; d'autre part, montrer aux jeunes combien internet peut être utile,

en particulier pour l'accès qu'il offre à des informations qui leur sont importantes en termes d'éducation, de mobilité, de militantisme et de loisirs. En somme, le message de la campagne est celui-ci : n'utilisez pas le cyberspace pour décharger votre colère et votre mécontentement sur les autres à l'abri de l'anonymat ; profitez d'être là pour travailler sur vous-même et pour améliorer vos connaissances, pour élargir vos horizons et pour nouer de nouveaux contacts. Après analyse de la situation au niveau national, nous avons donc décidé de suivre deux orientations : combattre les attitudes négatives et confronter celles-ci à tout ce que l'on rencontre de positif sur internet.

Il a fallu beaucoup de temps pour jeter les bonnes bases. Nous avons suivi les lignes directrices pour constituer un organe de travail multisectoriel qui opérerait selon le principe de cogestion, le but étant que chacun puisse se faire entendre et voir ses idées prises en compte ; nous avons éduqué et formé différentes parties prenantes (enseignants, journalistes, ONG et étudiants par exemple), misant sur l'effet multiplicateur pour renforcer leur engagement dans la campagne ; nous avons encouragé certaines activités locales, tant hors ligne qu'en ligne, rigoureusement convaincus que chacun de nos partenaires satisfaisait aux besoins et aux priorités propres à son contexte ; enfin, nous avons réussi à faire intégrer dans des actions stratégiques locales des sujets traitant du discours de haine, sachant qu'un cadre stratégique adapté contribuerait au maintien de ces sujets à l'ordre du jour local. La mise en place de ces bases s'est révélée par la suite être d'une extrême importance pour la pérennité de la campagne lorsque les premières difficultés sont apparues.

Parallèlement, nous avons exploité différents canaux et instruments de communication pour parvenir à toucher notre principal groupe cible, mais aussi pour mettre les questions de cybersécurité et de lutte contre le discours de haine en ligne à l'ordre du jour des acteurs locaux et nationaux. Sachant qu'il n'était pas question de séparer les aspects éducatifs de la composante promotionnelle, nous avons essayé d'accorder la même attention au contenu et à la visibilité. L'élément impératif était d'atteindre le plus possible de gens en présentant la campagne comme quelque chose d'utile, de compréhensible et d'accessible. Pour rapprocher les citoyens des idées et des buts de la campagne, il nous fallait employer des canaux capables de toucher les gens ordinaires. C'est avec le sport que nous avons remporté notre plus gros succès ; il s'en serait pourtant fallu de peu pour que d'aucuns s'interrogent sur le lien entre le sport et la lutte contre le discours de haine en ligne, mais le public a fort bien accueilli les idées présentées. Après tout, le sport est un important canal de communication pour diffuser des informations et pour promouvoir des valeurs sociales positives. Du seul fait de voir (d'abord en ligne, puis dans les deux mondes, réel et virtuel) leurs joueurs favoriser arborer des T-shirts affichant des messages forts contre le discours de haine, une grande partie du public a eu envie de prêter attention à d'autres activités que nous proposons. Des célébrités sportives se sont engagées dans la campagne et ont relayé des messages sur le bon usage d'internet, évoquant notamment les risques et les conséquences négatives des expressions agressives ou violentes circulant sur les réseaux sociaux à l'encontre de différents groupes. Étant donné notre passion nationale pour le sport, ces messages ont été entendus par le public serbe.

Ces succès remportés par la campagne au niveau national se sont appuyés sur des activités organisées à l'échelon local, notamment des sessions visant à diffuser informations et connaissances ainsi qu'à créer ou renforcer les capacités : plus de 80 municipalités ont déployé leurs propres activités contre le discours de haine. Faire confiance aux gens a été le meilleur aspect de la campagne ; cela a contribué à en maintenir le dynamisme lorsque les premières difficultés sont apparues au niveau national. En Serbie, cela a été le cas lorsque l'institution chargée de la mise en œuvre a changé d'orientation et a retiré la campagne de ses priorités. Heureusement, le revers que constituait cette perte d'une orientation et d'une coordination claires n'a pas duré ; des structures locales n'ont pas tardé à s'organiser, tirant leurs ressources des pouvoirs locaux et faisant appel à la générosité d'autres bailleurs de fonds nationaux et internationaux. Ce fut la meilleure preuve que les bases du Mouvement contre le discours de haine avaient été bien jetées et étaient à même d'assurer la viabilité de la campagne, quoi qu'il advienne.