



DOCUMENT D'ANALYSE DU RAN

Élaborer des contre-discours et des récits alternatifs en collaboration avec les communautés locales

Introduction

Lorsque la sécurité nationale est en jeu, il n'est pas surprenant de voir que les questions nationales et la sécurité fassent l'objet d'une attention accrue. Toutefois, les événements qui sont survenus au cours de la dernière décennie, et avec les enseignements tirés dans le domaine de la prévention et de la lutte contre l'extrémisme violent à partir du secteur connexe de la santé publique, ont fait avancer le débat vers le niveau local et les communications, en vue de parvenir à des résultats plus efficaces. Quelques vestiges d'une approche antérieure subsistent néanmoins, avec des campagnes de contre-discours et de récits alternatifs souvent développées sans la contribution des communautés locales et sécurisant inutilement le débat. Ce document argumente la nécessité de combler cette lacune et formule des conseils à l'intention des praticiens de première ligne en se fondant sur la recherche



universitaire, des exemples de bonnes pratiques et les enseignements tirés dans des domaines connexes.

Ce document d'analyse a été rédigé par
Jonathan Russell, coprésident de RAN



Introduction

Un haut responsable de la sécurité au Royaume-Uni a réfléchi à l'un des premiers enseignements qu'il a tirés de son expérience de la lutte contre l'extrémisme violent: «Il y a dix ans, nous pensions que nous pouvions nous tenir à Whitehall et résoudre les problèmes locaux avec un très long tournevis.» Il faisait référence à ce qui est désormais une ritournelle dans la lutte contre l'extrémisme violent: que le travail doit être ascendant et non descendant. Tout comme dans les domaines connexes du développement et de la stabilisation après un conflit, la nécessité d'établir des relations de choix avec les communautés locales et de travailler avec elles sur ce problème commun est aujourd'hui largement reconnue.

Selon toute évidence, [Prevent](#), la stratégie du Royaume-Uni en matière de lutte contre l'extrémisme violent, a appris ses leçons. En 2015, le programme disposait d'un réseau de coordonnateurs locaux collaborant avec plus de 2 790 institutions différentes, comptait 130 projets communautaires touchant plus de 25 300 participants et était doté d'un fonds de subventions de 3,6 millions de livres sterling distribué aux autorités locales dans 50 zones prioritaires considérées comme les plus vulnérables face au risque de terrorisme. Un nouveau [service de prévention](#) a également été développé auprès d'institutions telles que les écoles, les prisons et les universités qui ont mobilisé leurs réseaux locaux existants pour toucher les personnes les plus vulnérables à la radicalisation et les protéger de l'extrémisme.

Cette démarche vaut également pour l'ensemble de l'Union européenne. Gilles de Kerchove, coordinateur en charge de la lutte contre le terrorisme au sein de l'Union européenne, a affirmé dans un discours prononcé en 2017 que les autorités locales et les partenaires communautaires ont un rôle important à jouer pour identifier les menaces possibles, et mener des actions de prévention, d'éducation et d'intégration dans le domaine de la prévention et de la lutte contre l'extrémisme violent ⁽¹⁾. Ces approches comportent toutes un élément de communication, et cette maxime peut être appliquée au domaine des contre-discours et des récits alternatifs pour apporter un aspect numérique à la solution. Compte tenu de la nature de plus en plus numérique de la menace - en effet, M. de Kerchove relève qu'Internet accélère le processus de radicalisation - il convient de prendre cette menace au sérieux.

En plus du groupe de travail Communication et récits, sur lequel se concentre ce document d'analyse, le Réseau de sensibilisation à la radicalisation (RAN) compte deux autres groupes de travail qui positionnent la localisation comme principe fondamental: [RAN Local](#), qui travaille avec les autorités locales et au niveau des collectivités locales pour promouvoir des pratiques et des modèles inspirateurs; et [RAN YF&C \(Jeunes, familles et communautés\)](#), qui reconnaît l'importance de l'engagement avec les communautés locales et de la responsabilisation de ces dernières pour contrer la radicalisation.

Ce document vise à déterminer si les approches de communication en matière de lutte contre l'extrémisme violent, le plus souvent connues sous le nom de contre-discours et de récits alternatifs, doivent également être localisées. Dans leur argumentation, les auteurs examinent les principaux piliers d'une communication efficace et analysent ceux d'entre eux qui nécessitent des éléments localisés. Ils envisagent des cas extérieurs au monde de la lutte contre l'extrémisme violent pour déterminer les bonnes pratiques, les extrémistes pour

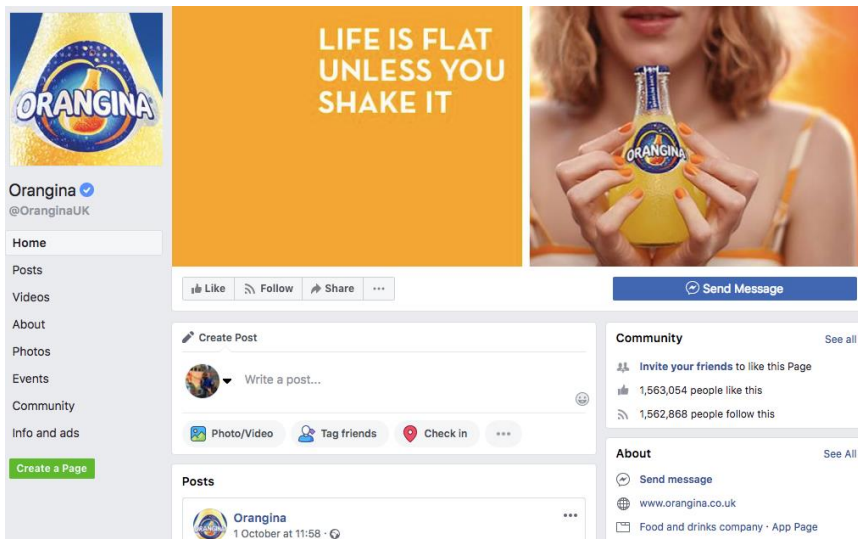
⁽¹⁾ Malvesí, L. Terrorists can't access weapons, EU anti-terrorist coordinator says after Spain attacks. EURACTIV, 28 août 2017. <https://www.euractiv.com/section/politics/news/terrorists-cant-access-weapons-eu-anti-terrorist-coordinator-says-after-spain-attacks/>

mesurer leurs forces et leurs faiblesses, et les résultats obtenus dans la lutte contre l'extrémisme violent un peu partout dans le monde afin d'identifier des études de cas pour cette approche. À partir de ces éléments, le document présente des conseils et des astuces aux praticiens qui souhaitent développer des contre-discours et des récits alternatifs avec les communautés locales, en attirant leur attention sur les principaux pièges et les moyens de les éviter afin d'optimiser l'efficacité de leur démarche.

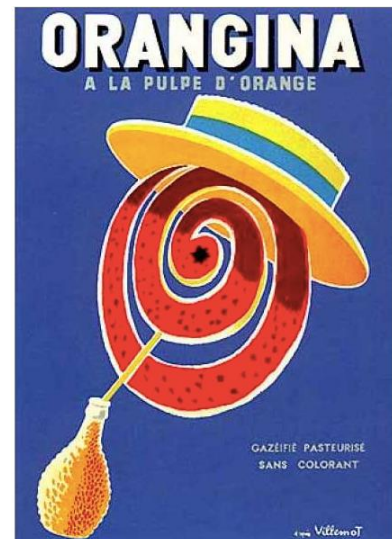
Communications efficaces

Une communication efficace repose essentiellement sur une bonne compréhension du public cible avec lequel vous souhaitez communiquer. Cela implique d'avoir une idée précise du public cible (comprenant des données démographiques telles que l'âge et le sexe, et des intérêts tels que le football ou la musique rap) et de l'environnement de communication (qui englobe les idées, les nouvelles, les opinions, les messages, les informations et les émotions) qui l'entoure. Tout message, contenu ou campagne aura une résonance différente en fonction de ces deux aspects.

Le secteur de la publicité a connu une évolution importante depuis sa création. Dans les années 1950, les grandes entreprises diffusaient des messages aux consommateurs et leur communiquaient ce dont ils avaient besoin. Le ciblage était très limité. Depuis l'apparition d'Internet dans les années 1990, il n'est pas surprenant que la publicité numérique attire une grande partie des budgets des entreprises. Cette évolution a ouvert des possibilités.



Orangina (2018)



Orangina (1955)

Les entreprises peuvent, par exemple, cibler de nouveaux publics en fonction de leur comportement en ligne, interagir avec leurs consommateurs sur les médias sociaux pour recevoir des commentaires et ajouter un visage humain à leur marque, encourager le contenu généré par les utilisateurs dans le cadre de leur stratégie marketing, et utiliser des influenceurs, qui peuvent générer davantage de confiance que les marques elles-



mêmes. Cette évolution a nécessité, dans chacun de ces différents aspects, une meilleure compréhension des publics cibles et des environnements de communication.

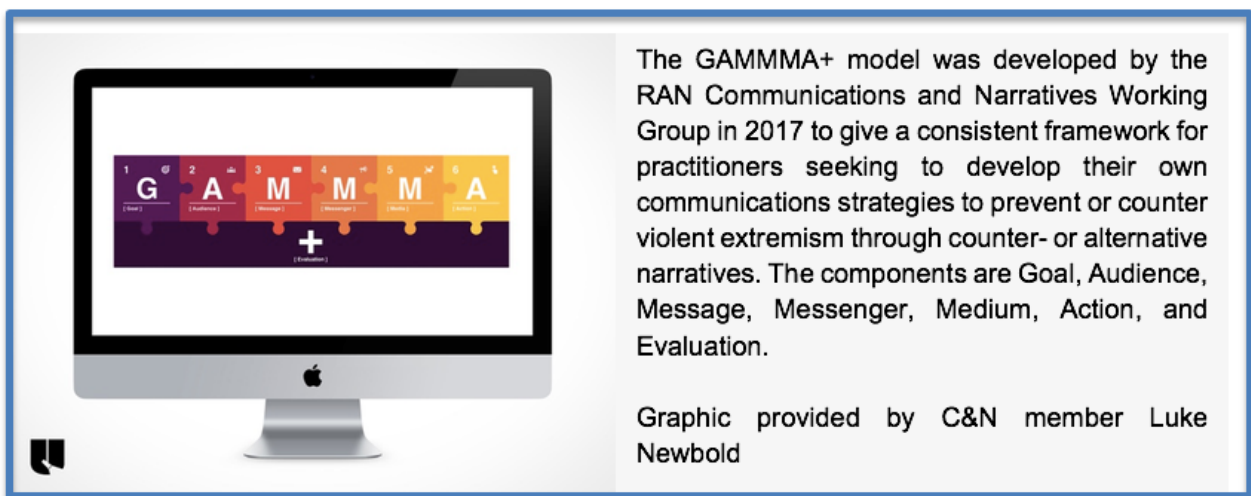
Il est difficile de penser à une campagne politique couronnée de succès qui n'ait pas été organisée, orientée ou menée au niveau local. La tendance des orateurs itinérants dans la seconde moitié du XXe siècle a permis aux militants de rencontrer les électeurs locaux et d'établir des relations avec eux, de formuler leurs arguments et leurs discours en fonction des préoccupations locales et de faire des promesses qui auraient des répercussions locales dans la vie de leurs électeurs. Sur ce point, les politiciens ont bénéficié de l'expérience des militants des libertés civiles: Francis Townsend, qui militait pour la sécurité sociale, Inez Milholland pour le droit de vote, Martin Luther King pour les droits civiques ont tous fait valoir un élément particulièrement local dans leurs communications et leur politique. L'ancien président de la Chambre des représentants des États-Unis, Tip O'Neill, [a parfaitement résumé la question](#) lorsqu'il a déclaré que «toute politique est locale».

Il n'est pas surprenant que cette tendance ait évolué, comme dans le secteur de la publicité, vers la numérisation au XXIe siècle. Plus particulièrement, Barack Obama a été félicité pour avoir mis sur pied [la plus grande opération populaire de l'histoire des campagnes politiques](#) en 2012. Il a utilisé le microciblage sur les réseaux sociaux pour mettre les candidats en contact avec leurs électeurs et assurer qu'ils atteignaient leurs publics clés (électeurs versatiles et partisans qui pourraient ne pas se déplacer pour voter) avec des messages locaux déterminants. Ce résultat est attribuable au programme stratégique [«Voter Contact Program»](#) de son directeur de campagne, Jim Messina, dans lequel des milliers de bénévoles ont parlé à plus d'un million d'électeurs potentiels et ont pris note des problèmes avec lesquels ils se sentaient concernés, ainsi que des informations concernant leurs votes précédents. Son équipe a élaboré un plan d'action sur mesure pour toutes leurs zones locales prioritaires. Cette connaissance approfondie des publics cibles était intrinsèquement liée à l'engagement de donner la priorité à la population locale dans toutes ses actions. On connaît le reste de l'histoire.

Conseil important: pouvons-nous être aussi engagés qu'Obama à comprendre nos **publics** cibles et leurs préoccupations? Yes We Can (Oui, nous le pouvons).

Malgré les discours nationalistes ou mondialistes propagés par les extrémistes, la localisation constitue également une part importante du succès des organisations extrémistes violentes. En effet, malgré des dizaines de signes avant-coureurs pouvant indiquer une vulnérabilité à la radicalisation, l'indicateur le plus probable de la propension à s'engager dans un extrémisme violent est la proximité des extrémistes actuels, en raison du [facteur exposition](#). Rien de surprenant à cela: l'extrémisme est un phénomène politique qui se propage par la communication. Les organisations extrémistes peuvent avoir des sections locales et une structure hiérarchique facilitant le recrutement, même si elles conservent les mêmes [discours, idéologies et méthodologies dominantes](#). La compréhension de la dynamique locale et de la composition des communautés à ce niveau est un aspect souvent négligé dans les réflexions sur le problème de la radicalisation. Les extrémistes, lorsqu'ils seront en mesure de le faire, exploiteront les vulnérabilités locales et chercheront à éviter les facteurs locaux de résilience. Un travail efficace pour prévenir ou lutter contre l'extrémisme violent suppose de faire le contraire en s'attaquant à ces vulnérabilités locales, en exploitant ces facteurs locaux de résilience et en palliant les carences qui s'y trouvent.

La centralité du public cible et des environnements de communication constitue également un élément incontournable de la lutte contre l'extrémisme violent et est au cœur de la logique du [modèle GAMMMA+](#). Après tout, comment peut-on s'attendre à ce qu'un praticien atteigne ses objectifs avec un public en particulier sans connaître de manière approfondie ce public et son environnement? En effet, bien que le message et l'appel à l'action puissent être étroitement liés au but, le messager et le média seront choisis en fonction de l'environnement de communication du public cible. Et dans les deux cas, il serait judicieux d'écouter Tip O'Neill et de valoriser le local au même titre qu'Obama et Messine en 2012.



Valoriser le niveau local

Quels sont donc les aspects particuliers de l'élaboration de contre-discours et de récits alternatifs dans lesquels les communautés locales peuvent apporter une valeur ajoutée? Et, quelles sont les considérations particulières à ce type d'approche?

Une perspective académique

Il est utile d'examiner la perspective des universitaires pour essayer de réduire l'écart entre les chercheurs et les praticiens en ce qui concerne les approches fondées sur les communications locales pour lutter contre l'extrémisme violent.

La criminologue française, Noémie Bouhana le souligne dans ses travaux sur [l'écologie sociale de la radicalisation](#). Elle affirme que les praticiens de la lutte contre l'extrémisme violent se concentrent excessivement sur la «susceptibilité» au changement moral lorsqu'ils considèrent la vulnérabilité et négligent leur exposition aux influences radicalisantes, qui se produisent principalement dans le «milieu». Le «lieu» est un thème récurrent de ses thèses sur la lutte contre l'extrémisme violent, et elle soutient que pour comprendre le problème et trouver des solutions significatives, ce sujet est essentiel dans le travail de lutte contre l'extrémisme violent. Ce raisonnement académique constitue l'argument le plus fort à ce jour en



faveur du développement en commun de contre-discours et de récits alternatifs hyperlocaux, et donc avec la collaboration des communautés locales.

De plus, dans son travail avec Paul Gill et Emily Corner sur la multifinalité des indicateurs de vulnérabilité pour les terroristes solitaires, elle souligne le rôle de la prédisposition à l'exposition à des environnements radicalisants. En résumé, les individus peuvent être porteurs de tous les facteurs de vulnérabilité à la propension au terrorisme, mais s'ils ne sont pas exposés à des forces radicalisantes (recruteurs, etc.), ils seront peu susceptibles de commettre des actes violents ⁽²⁾. De manière similaire, Brian Van Brunt, Amy Murphy et Ann Zedginidze parviennent à la conclusion que la plupart des individus qui semblent correspondre au profil des personnes vulnérables à la radicalisation, indépendamment de la matrice de vulnérabilité choisie, ne deviennent pas radicalisés, et ils mettent cela sur le compte de la présence de facteurs de résilience dans un contexte donné ⁽³⁾. On retrouve parmi ceux-ci: «la maîtrise de soi, le respect de la loi, l'acceptation de la légitimité policière, la maladie, un comportement parental positif, des personnes significatives non violentes, de bons résultats scolaires, des pairs non violents, des contacts avec des étrangers et un attachement fondamental à la société.»

Pour renforcer ces arguments en faveur de la prise en compte de l'aspect local du risque et de la résilience, plusieurs chercheurs, dont Ellis et Abdi, prônent la notion de résilience communautaire plutôt qu'individuelle, faisant valoir qu'il existe trois types de liens sociaux qui jouent un rôle déterminant dans une communauté résiliente face à l'extrémisme violent: les liens d'attachement, les liens d'accointances et les liens instrumentaux ⁽⁴⁾. Il est important pour les contre-discours et les récits alternatifs de constater que l'établissement d'un climat de confiance, de respect et de co-création est un élément essentiel à l'efficacité du travail communautaire dans le domaine de la prévention.

Dalgaard-Nielsen et Schack conviennent, dans leurs recherches sur la résilience communautaire au Danemark, qu'en l'absence de confiance, l'impact du travail de prévention est moindre malgré des niveaux élevés de connaissances et de formation ⁽⁵⁾. Un rapport du CERTA soutient ce principe et encourage la collaboration avec les familles, les amis proches et des mentors aux côtés des communautés religieuses afin de renforcer la résilience ⁽⁶⁾.

Au-delà de la décision de travailler avec les communautés locales et de la reconnaissance du fait que cela est essentiel à la fois à l'identification des problèmes (comprendre la vulnérabilité) et à la formulation de solutions (renforcer la résilience), et de l'importance des éléments fondamentaux pour y parvenir efficacement (instaurer la confiance et tisser des relations étroites), plusieurs composants déterminants

⁽²⁾ Corner, E., Bouhana, N., Gill, P., The multifinality of vulnerability indicators in lone-actor terrorism. *Psychology, Crime & Law*, Vol. 25, Iss. 2, 2018, 111–132.

⁽³⁾ Van Brunt, B., Murphy, A., Zedginidze, A., An exploration of the risk, protective and mobilization factors related to violent extremism in college populations. *Violence and Gender*, Vol. 4, Iss. 3, 2017, 81–101.

⁽⁴⁾ Ellis, H., Abdi, S., Building community resilience to violent extremism through genuine partnerships. *American Psychologists*, Vol. 72, Iss. 3, 2017, 289–300.

⁽⁵⁾ Dalgaard-Nielsen, A., Schack, P., Community resilience to militant Islamism: Who and what?: An explorative study of resilience in three Danish communities. *Democracy and Security*, Vol. 12, Iss. 4, 2016, 309–327.

⁽⁶⁾ CERTA, Modstandskraft mod radikaliserings og voldelig ekstremisme. 2016. <https://viden.sl.dk/artikler/boern-og-unge/socialt-udsatte/modstandskraft-mod-radikaliserings-og-voldelig-ekstremisme/>



demeurent plus spécifiques aux contre-discours et récits alternatifs, pour lesquels il existe également un fondement théorique. On trouve premièrement les recommandations de Staniforth tirées de la pratique de la police communautaire, qui orientent sur la manière d'atteindre les jeunes (et par extension, les autres messagers et réseaux de soutien crédibles) (7). Deuxièmement, les recommandations de Braddock et Horgan concernant la construction et la diffusion du contre-discours soulignent l'importance de l'hyperciblage non seulement au point de diffusion (pour atteindre le bon public), mais aussi au niveau de la production et du message, afin d'influencer efficacement le public (8).

Une meilleure compréhension des publics cibles

Les chercheurs peuvent avoir des divergences sur les facteurs de vulnérabilité particuliers qui contribuent à un terrain propice à la radicalisation, mais ceux qui apparaissent à maintes reprises dans les publications sur le sujet sont les sept facteurs suivants, dans la mesure où ils sont présents dans un public cible donné: problèmes identitaires, crises personnelles, passé criminel, extrémismes, revendications, aspirations non réalisées et échec du système. Comme le montrent les recherches analysées ci-dessus, la vulnérabilité, comme d'autres aspects, revêt des dimensions et des nuances locales particulières. Des vulnérabilités locales seront sans aucun doute présentes dans une région particulière. Il peut s'agir de la présence locale d'une organisation, d'un réseau ou d'un individu extrémiste: soit de l'idéologie soulevant des préoccupations (par exemple, islamiste), soit de l'idéologie réciproque (par exemple, anti-musulmane). Il peut exister des conditions locales telles qu'un mauvais accès aux services, un faible niveau d'instruction, une disparité de richesse importante, un manque de cohésion communautaire entre les groupes de migrants et les populations autochtones, une histoire récente de violence dans la région, des discours établis sur la région locale, et les revendications locales concernant ces conditions.

Un bon contre-discours ou récit alternatif permettra de comprendre les vulnérabilités, le point de vue, les comportements, les intérêts et les habitudes de consommation des médias d'un public cible spécifique et souvent local. Parfois, le public cible sera défini par ces facteurs plutôt que par d'autres facteurs démographiques. Cette démarche doit être encouragée, pour aller au-delà d'un profilage plus large, vers des communications informées et dirigées par l'auditoire. Par exemple, plutôt que de viser les hommes musulmans de 18 à 25 ans en Belgique, une campagne pourrait chercher à atteindre les hommes musulmans de 18 à 25 ans de Vilvorde, en Belgique (hyperlocal) qui sont exposés à la propagande de l'ISIS (vulnérabilité), qui considèrent la violence politique ou religieuse comme justifiée (point de vue), qui ont aimé une page Facebook particulière (comportement), qui aiment regarder un match de football (intérêt), ou lire un journal particulier de la diaspora (habitudes de consommation des médias). Tous ces facteurs permettront de mieux comprendre le public cible et devraient donc influencer la stratégie, la production créative et l'exécution d'une bonne campagne de contre-discours ou de récits alternatifs, ayant un impact significatif sur son efficacité.

Outre ce qui précède, les communautés locales et les parties prenantes peuvent également avoir accès à un éventail d'informations locales plus large que celles qui peuvent être disponibles par l'intermédiaire de recherches auprès de sources publiques ou détenues par des praticiens de la communication. Comprendre

(7) Staniforth, A., Preventing terrorism and violent extremism. Oxford: Oxford University Press, 2014.

(8) Braddock, K., Horgan, J., Towards a guide for constructing and disseminating counternarratives to reduce support for terrorism. *Studies in Conflict & Terrorism*, Vol. 39, Iss. 5, 2016, 381–404.

la dynamique particulière au sein d'une communauté, appréhender les nuances hyperlocales dans un secteur donné, tels que les gangs opérant dans une certaine rue, ou les changements démographiques dans un secteur sur une période de temps et anticiper des dates locales importantes pour des festivals, des événements, des manifestations, des réunions, sont tous des éléments du contexte à considérer dans la conception de campagne de contre-discours ou de récits alternatifs. De surcroît, dans le cadre d'un engagement plus large visant à «ne pas nuire», un conseil systématique dans le domaine de la lutte contre l'extrémisme violent (et de toutes les politiques), une appréciation des dynamiques locales est absolument essentielle, et on ne peut penser que des acteurs extérieurs peuvent avoir, sans cette compréhension et un sens profond des dynamiques, un impact exclusivement positif.

Conseil important: prenez au minimum le temps de visiter l'endroit où se trouve votre **public** cible et de comprendre la dynamique locale. Il est de loin préférable de travailler en partenariat avec les communautés locales pour recueillir ces informations très importantes sur le public. Le public étant l'aspect le plus important d'une campagne, il convient de lui accorder un rang de priorité élevé.



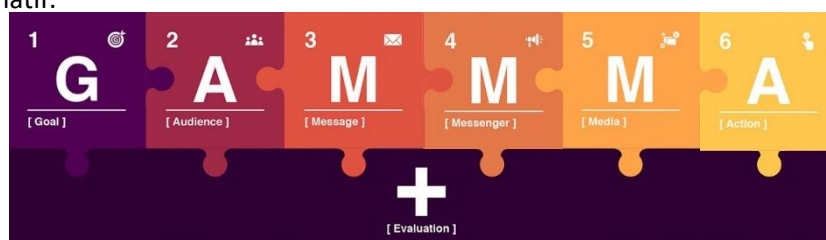
Une approche locale du renforcement de la résilience

Tout comme les vulnérabilités locales, il existe certainement des facteurs locaux de résilience qui ont permis d'éviter l'émergence généralisée de la radicalisation. En définitive, malgré l'importance de la radicalisation dans certaines régions, qui s'explique en grande partie par un environnement favorable et la présence des facteurs de vulnérabilité mentionnés ci-dessus, la radicalisation ne touche qu'une très faible proportion de la population. Les programmes, les institutions et les dirigeants ont parfois contribué à instaurer un climat de confiance, de mixité sociale, de sérénité, de bien-être, d'estime de soi, de sens, de but et de sentiment d'appartenance, entre autres. Il peut s'agir d'intérêts locaux établis, par exemple des clubs de football locaux, des centres de jeunesse ou des événements communautaires.

Une bonne campagne de contre-discours ou de récits alternatifs doit tenir compte du type particulier de résilience qu'elle cherche à développer auprès d'un public cible, et ce afin de prévenir la radicalisation. Par exemple, si les questions d'identité sont identifiées comme une vulnérabilité locale, les campagnes peuvent aspirer à développer un sentiment d'appartenance. Les professionnels de la communication devraient se tourner vers les sources locales susceptibles d'exercer un effet de levier afin d'atteindre cet objectif de communication. Établir des partenariats avec ces institutions locales afin de contribuer à la mise en œuvre du contre-discours ou du récit alternatif est une démarche judicieuse, de même qu'envisager leur activité hors ligne existante, qui peut servir d'élément de mobilisation du public cible, dans le cadre d'un appel à l'action. De cette façon, l'offre est plus solide et «joint le geste à la parole». Elle facilite également l'amélioration des possibilités d'évaluation, en transcendant les mesures de performance d'une campagne de communication en ligne et en mesurant les changements d'attitude et de comportement, et donc l'évaluation de l'impact.

Les communautés locales peuvent également être une bonne source de messagers, de modèles, d'influenceurs ou de contributeurs pour les contre-discours et les récits alternatifs. Leur proximité avec le public cible, leur crédibilité en tant que porte-parole locaux et leur capacité à parler avec émotion des problèmes locaux contribuent dans une certaine mesure à améliorer la transmission et la rétention des messages qui sont au cœur du changement des attitudes et des comportements. Il est probable qu'en tant que modèles de comportement, les publics cibles seront plus à même de s'identifier aux individus locaux, dans la mesure où ils pourront faire un rapprochement entre leurs messages et leurs expériences, et leur propre vie, ce qui aura un impact positif sur le changement de comportement. Les influenceurs locaux, tels que les vloggers YouTube de la région, les membres de l'équipe de football locale ou l'imam de la mosquée locale, peuvent tous établir des liens avec le public cible pour différentes raisons, et vice versa. Raconter sa propre histoire et partager ses propres expériences est un bon moyen de procéder dans le cadre d'un contre-discours ou d'un récit alternatif qui peut permettre aux voix locales de montrer de quelle manière elles ont surmonté des difficultés, résolu des griefs ou ont réagi aux tentatives extrémistes de radicalisation, renforçant ainsi la sympathie et la confiance et les autres facteurs de résilience chez le groupe cible.

Conseil important: les communautés locales constituent de grandes sources naturelles de résilience. Dans vos campagnes, efforcez-vous de valoriser les ressources qui existent dans la communauté (groupes de jeunes, écoles, lieux de culte) en lançant de forts appels à l'action. Le partenariat avec les communautés locales vous aidera également à trouver les bons messagers pour votre contre-discours ou votre récit alternatif.

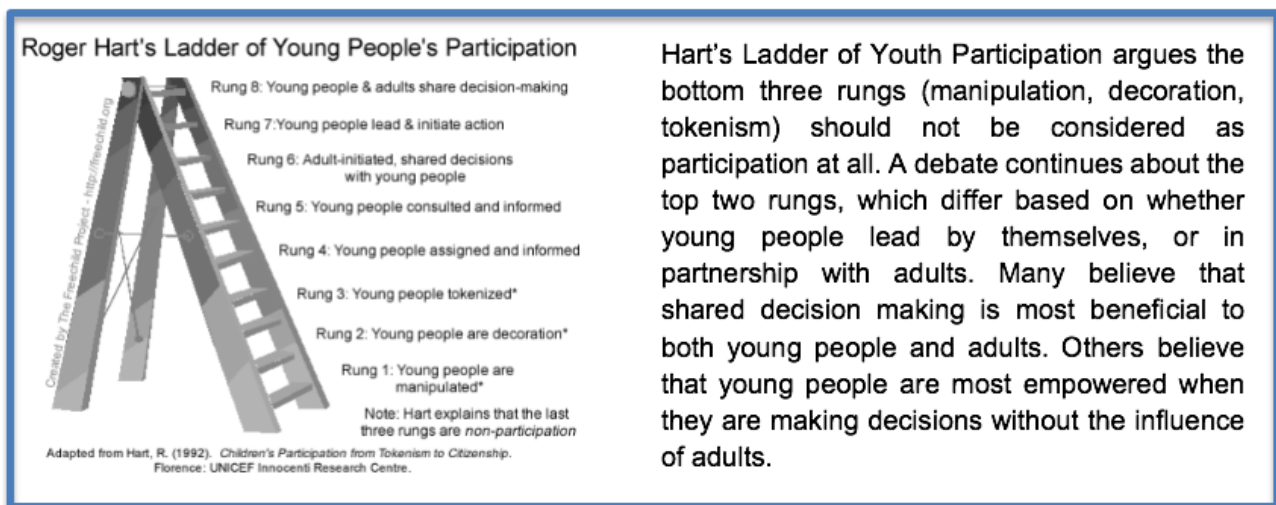


De surcroît, il faut reconnaître que les acteurs informels, tels que les membres de la famille, les pairs et les entraîneurs sportifs, définis comme des «parties prenantes sans mandat formel pour mener la lutte contre l'extrémisme violent et agissant sans relation formelle avec le gouvernement»⁽⁹⁾, ne se trouvent que localement. Faire appel à ces ressources hyperlocales dans la définition de votre public cible est essentielle pour en assurer l'efficacité. Considérer leur potentiel au sein des contre-discours et des récits alternatifs exige un engagement supplémentaire pour dialoguer et collaborer au sein des milieux locaux. La section suivante de ce document est consacrée aux meilleurs moyens d'engager le dialogue avec les communautés locales afin d'élaborer des contre-discours et des récits alternatifs efficaces.

⁽⁹⁾ Réunion du groupe de travail RAN C&N, Helsinki, 20 septembre 2018.

Mobiliser les communautés locales pour développer des contre-discours et des récits alternatifs

Le sociologue Roger Hart, dans son rapport de 1997 pour l'UNICEF sur la participation des enfants, a présenté un modèle novateur de mobilisation des jeunes intitulé [«L'échelle de la participation des jeunes»](#): *la théorie et la pratique de l'implication des jeunes citoyens dans le développement communautaire et la protection de l'environnement* fournit un cadre approprié pour la mobilisation des communautés locales dans les approches de communication sur la lutte contre l'extrémisme violent également.



Hart's Ladder of Youth Participation argues the bottom three rungs (manipulation, decoration, tokenism) should not be considered as participation at all. A debate continues about the top two rungs, which differ based on whether young people lead by themselves, or in partnership with adults. Many believe that shared decision making is most beneficial to both young people and adults. Others believe that young people are most empowered when they are making decisions without the influence of adults.

En pratique, cela signifie que des praticiens de première ligne, des directeurs de campagne, des coordonnateurs locaux de la lutte contre l'extrémisme violent et des décideurs, qui peuvent tous chercher à élaborer des contre-discours et des récits alternatifs avec des communautés locales, doivent prendre en considération la nature de leur implication. Bien que ces intervenants puissent décider que les membres de la communauté locale constituent les meilleurs messagers d'une campagne, on peut avancer que les considérer uniquement comme des messagers les limite aux barreaux 1-4 de l'échelle de Hart. Il est plutôt recommandé de mobiliser davantage les communautés locales dans le développement de contre-discours et de récits alternatifs, et de les habiliter par des approches de renforcement des capacités pour diriger le développement de ces communications elles-mêmes, les élevant ainsi au niveau 8 de l'échelle.

Par ailleurs, et dans le cadre du principe de «ne pas nuire», il faut également tenir compte de la nécessité d'éviter la stigmatisation des communautés lorsqu'on entreprend un travail dans le cadre de la lutte contre l'extrémisme violent, notamment lorsque celui-ci est axé sur les communications et qu'il s'agit de contre-discours ou de récits alternatifs. La stigmatisation risque de se produire lorsqu'une communauté est essentialisée. Sans le vouloir, les professionnels de la communication peuvent alimenter un discours du type «eux contre nous» en choisissant de concentrer leurs communications sur un public cible très restreint, en le faisant sans sympathie et sans penser aux risques et aux moyens de les atténuer. Dans ce contexte, le risque est de compromettre la crédibilité des parties prenantes locales au sein des communautés ou d'aggraver les relations entre les parties prenantes locales et nos/leurs publics cibles si cette éventualité ne fait pas l'objet d'une attention suffisante. De plus, si la priorité n'est pas accordée à la relation avec les parties prenantes de la communauté locale et si celle-ci n'est pas menée de la bonne manière lors de l'élaboration de contre-discours et de récits alternatifs, les professionnels de la communication pourraient par inadvertance contribuer aux griefs et produire finalement un effet négatif plutôt que positif. Dans le pire des



cas, cette situation risquerait de renforcer la radicalisation plutôt que de la réduire, ce qui serait contre-productif.

Conseil important: efforcez-vous de construire des relations de choix reposant sur la confiance avec les communautés locales, afin de ne pas leur faire de mal. Veillez à éviter la stigmatisation et, selon le modèle de Hart, visez une prise de décision partagée avec les parties prenantes de la communauté locale.

Au-delà des risques posés par la stigmatisation potentielle des communautés locales en s'engageant dans le développement de contre-discours et de récits alternatifs, d'autres risques doivent également être pris en compte. Plus particulièrement, les gouvernements veilleront à éviter de s'engager, de coopérer, de collaborer ou de financer des membres ou des organisations de la communauté locale sans un solide processus de diligence raisonnable, afin d'éviter de soutenir involontairement ceux qui leur sont hostiles, ou de favoriser des extrémistes, ou qui peuvent présenter toute autre forme de politique ou de gêne politique à leurs égards. Il en va de même pour les autres parties prenantes, qui doivent tenir compte des conséquences négatives involontaires du choix de partenaires inadaptés sur les contre-discours et les récits alternatifs qui en découlent.

De ces risques et des approches visant à les atténuer, il ressort que les relations entre les différentes parties prenantes et les communautés locales doivent reposer sur la confiance. Pour une collaboration efficace et l'élaboration conjointe de contre-discours et de récits alternatifs, la recherche de valeurs, d'intérêts et d'objectifs communs doit être une condition préalable.

Tirer des enseignements de pratiques inspiratrices

Jamal al-Khatib (AT)

[Jamal al-Khatib offre un exemple de bonne pratique](#) en matière de campagne de récit alternatif développée avec les communautés locales. L'objectif principal du projet est de fournir des récits alternatifs authentiques pour contrer la propagande et l'idéologie djihadiste au moyen des méthodes du «travail de rue en ligne» et du travail biographique, ciblant les jeunes vulnérables à l'extrémisme, ceux qui appartiennent à des groupes extrémistes et ceux qui sont réceptifs aux notions de prévention. Développé par l'ONG «Turn - Association pour la prévention de la violence et de l'extrémisme», un réseau d'animateurs de jeunesse, de cinéastes, de spécialistes des études islamiques, de jeunes musulmans et non musulmans, et de formateurs, Jamal al-Khatib se nourrit du cas de jeunes détenus qui ont quitté la sous-culture djihadiste en Autriche pour aider ceux qui commettent les mêmes erreurs.



Sur cette base, le projet a réuni un certain nombre de personnes de tous horizons qui avaient le même objectif : animateurs de jeunesse, spécialistes des études islamiques, cinéastes, gestionnaires numériques et d'autres jeunes d'origine musulmane désireux de prendre position contre le fanatisme djihadiste violent. Certains de ces jeunes avaient également quitté le mouvement djihadiste et ont apporté un contenu supplémentaire directement inspiré de leur expérience.



Le personnage de Jamal al-Khatib a été conçu comme un moyen d'intégrer les différents épisodes biographiques des jeunes dans un récit unique. Plutôt que d'écrire un livre, Turn a décidé de tourner des courts métrages, ce qui permettrait de contrer la propagande extrémiste sur son propre terrain: l'Internet. Au travers de récits biographiques, d'entretiens, de textes et de la corédaction de scénarios de films, les jeunes participants et les jeunes adultes réfléchissent sur leur propre vie et sur la situation des jeunes musulmans en général. En parlant pour eux-mêmes et en discutant ouvertement de leurs expériences et de leurs pensées, ils atteignent un niveau d'authenticité qui n'aurait jamais pu être atteint sans leur contribution, et un plus grand impact auprès du public cible. L'équipe, avec les neuf jeunes, a réfléchi sur les textes biographiques, les a transformés en scénarios de film, a tourné les films, les a diffusés sur différentes plateformes de médias sociaux, et a entamé une discussion animée avec les groupes cibles.

Turn a appelé cette approche le travail de rue en ligne: alors que le travail de rue/travail social traditionnel tente de se connecter avec des groupes de bénéficiaires potentiels difficiles à atteindre, le travail de rue en ligne cherche à transférer cette approche méthodologique à Internet, les lieux virtuels qui représentent un aspect important du monde des jeunes de notre génération. Pour donner vie au projet, Jamal al-Khatib a travaillé avec des jeunes qui ont quitté la sous-culture djihadiste ainsi qu'avec d'autres jeunes d'origine musulmane qui ont participé activement au projet et à la production du contenu (en leur faisant participer régulièrement à des réunions d'équipe, à la production de films et à la diffusion en ligne). De cette manière, les boucles de rétroaction avec les communautés locales et les représentants des groupes cibles ont fait partie intégrante du projet et leur ont permis de répondre à leurs idées et critiques tout au long du projet. Par ailleurs, Turn a conservé les vidéos en ligne pour garantir un accès libre pour les praticiens de la lutte contre l'extrémisme violent, et plusieurs de ces professionnels utilisent actuellement les films, notamment dans les écoles.

Families Matter (Royaume-Uni)

[Families Matter est une campagne](#) menée par l'organisme de bienfaisance britannique Families Against Stress and Trauma (FAST). Lancée au plus fort du phénomène des combattants étrangers, lorsque des centaines de Britanniques se sont rendus dans des zones de conflit - principalement en Syrie et en Irak - et sont morts ou ont été estimés peu susceptibles de revenir, laissant des familles séparées par la douleur et des questions sans réponse, FAST a décidé de lancer une campagne pour renforcer leur travail avec des familles confrontées à ces questions. FAST est active au sein des communautés locales et offre des services de conseil aux personnes touchées par la radicalisation. Cette campagne a tenté de sensibiliser les gens aux risques de la radicalisation et du conditionnement en ligne afin que les familles puissent réagir et s'adapter.



La campagne s'est concentrée sur l'impact émotionnel auprès des familles, donnant aux membres de celles-ci les connaissances et la confiance nécessaires pour repérer et combattre la radicalisation. La campagne comportait un film de campagne, un site Web, des ressources éducatives, une série d'ateliers hors ligne dans des secteurs locaux importants et une activité de communication dans le cadre du lancement appuyée par le Home Secretary du Royaume-Uni.



En travaillant étroitement et localement avec les personnes touchées, FAST a établi un climat de confiance avec ces familles, et certaines d'entre elles ont décidé de raconter leur histoire pendant la campagne. La campagne Families Matter et la campagne Spot the Signs, qui a suivi, sont devenues les pierres angulaires des ateliers de FAST réunissant les parents dans les secteurs touchés par la

radicalisation. Plus d'un quart de million de personnes ont visionné le film de la campagne et les conseils en ligne ont été lus par des milliers de parents. Les rétroactions des membres de la famille à risque ont indiqué que la campagne les avait aidés à explorer et à discuter de ce sujet difficile dans leur foyer familial.

Conclusion

Ce document présente les bénéfices qui découlent de l'engagement avec les communautés locales dans le développement de contre-discours et de récits alternatifs. Dans presque tous les aspects du modèle GAMMMA+, un tel engagement ajoute de la valeur. Comme nous l'avons vu, il ne s'agit pas d'une caractéristique propre à la lutte contre l'extrémisme violent, mais bien d'un aspect essentiel de chaque type de communication. Cependant, le dire est une chose, et le mettre en pratique en est une autre. Ce document propose donc des conseils pour guider les praticiens de première ligne et des études de cas pour les inspirer lorsqu'ils entreprendront des travaux futurs.