



**Pour les équipes
de projet, les
professionnels et
les autorités**

DISCOURS DE PRÉVENTION DE LA RADICALISATION SUR INTERNET

Exemples de projet, recommandations et application pratique

Impressum

Editeur

Jeunes et médias
Programme national de promotion des compétences médiatiques
Office fédéral des assurances sociales (OFAS)
jugendschutz@bsv.admin.ch
www.jeunesetmedias.ch

Auteurs

Bettina Bichsel
En collaboration avec Liliane Galley et Maria Ritter (OFAS)

Avec l'accompagnement de

Dirk Baier (ZHAW),
Chantal Billaud (Prévention suisse de la criminalité),
Sébastien Gendre (FASe Genève),
Vincent Joris (spécialiste des idéologies et mouvements extrémistes),
Stéphane Koch (spécialiste des médias sociaux),
Rifa'at Lenzin (Zürcher Institut für interreligiösen Dialog),
Daniele Lenzo (Interventionsstelle gegen Radikalisierung und gewalttätigen
Extremismus der Kantonspolizei Zürich)
et des responsables des projets pilotes

Commande (gratuit)

OFCL, Vente des publications fédérales, CH-3003 Berne
www.publicationsfederales.admin.ch
(Numéro de commande 318.860.F)
01.20 1500 860455496

Brochure à télécharger: www.jeunesetmedias.ch

Disponible en français, en allemand et en italien
Mise en page: Merkur Druck AG, Langenthal
Photos: Pia Neuenschwander

1^{re} édition, janvier 2020

© Jeunes et médias, Programme national de promotion des compétences médiatiques,
Office fédéral des assurances sociales



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'intérieur DFI
Office fédéral des assurances sociales OFAS

CHÈRE LECTRICE, CHER LECTEUR,

Une vidéo sur YouTube qui fait des combattants djihadistes des héros, sur fond sonore évocateur ; un évènement local annoncé sur Facebook, dont seules des recherches approfondies révèlent qu'elle est organisée par un groupement d'extrême droite ; l'échange de noms et d'adresses sur des forums d'extrême gauche, assorti d'une incitation explicite à la violence : Internet est devenu l'instrument préféré des extrémistes de tout bord pour propager leurs idéologies et faire des adeptes. À l'aide de stratégies de propagande professionnelles, ils visent tout particulièrement les adolescents et les jeunes adultes ; ils savent l'importance que revêt Internet dans leur quotidien et à quel point on est réceptif aux messages extrémistes dans cette phase où l'identité se construit.

La radicalisation est un phénomène complexe aux multiples facettes. Il n'y a pas une seule cause expliquant pourquoi quelqu'un se sent attiré par des idéologies extrémistes. C'est pourquoi il est nécessaire d'offrir une large palette de mesures de prévention. Parmi celles-ci figurent les contre-discours et les discours alternatifs, c'est-à-dire des vidéos, des textes ou d'autres contenus multimédias qui démasquent les messages extrémistes de caractère politique ou religieux et propagent en lieu et place des valeurs telles que la tolérance, la diversité et la liberté d'opinion. Il s'agit notamment de montrer aux adolescents et aux jeunes adultes à quel point il est important de jeter un regard critique sur les contenus médiatiques.

L'approche des contre-discours n'en est qu'à ses débuts en Suisse. C'est pourquoi l'Office fédéral des assurances sociales a soutenu – contribuant ainsi à l'application du *plan d'action national de lutte contre la radicalisation et l'extrémisme violent* – quatre projets pilotes qui ont produit ce genre de discours. Il a également mandaté une évaluation scientifique des projets, qui a permis d'identifier les difficultés liées à cette approche et les facteurs de réussite. C'est forts de ces premières conclusions que nous souhaitons fournir aux professionnels des instruments aussi pratiques que possible et les motiver à lancer leurs propres projets. Par ailleurs, nous présentons également dans cette brochure des idées sur la façon d'utiliser les discours des projets pilotes en milieu scolaire, dans l'animation jeunesse et dans d'autres contextes se prêtant à la prévention.

Je vous souhaite une agréable lecture.



Ludwig Gärtner
Chef du domaine Familles, générations et société
Office fédéral des assurances sociales

SOMMAIRE

_____	Condensé	5
01	Extrémisme et radicalisation sur le Net	6
	L'extrémisme a de nombreux visages	6
	La radicalisation, voie vers l'extrémisme	7
	Comment se manifeste l'extrémisme sur Internet ?	7
	Qu'est-ce qui rend les jeunes particulièrement réceptifs aux messages extrémistes ?	9
02	La prévention par les contre-discours et les discours alternatifs	10
	Que sont les contre-discours et les discours alternatifs et à quoi servent-ils ?	10
	Que sait-on de l'effet de ces discours ?	10
03	De nouvelles pistes : les quatre projets pilotes	12
	Contexte et idée générale	12
	Compétences spécialisées et suivi scientifique	12
	Transfert de connaissances et échanges d'expériences	12
	Le projet Winfluence	14
	Le projet KnowIslam	15
	Le projet SwissMuslimStories	17
	Le projet PositivIslam	18
04	Expériences et enseignements tirés des projets pilotes	20
	Une approche exigeante, mais prometteuse	20
	Quelles sont les principales difficultés de réalisation ?	21
	Facteurs ayant contribué à la réussite des projets	25
05	Critères de qualité et recommandations	29
	Autorités et financeurs	30
	Responsables de projet	32
	Groupe d'experts	36
	Equipe d'évaluation	36
	Tableau synoptique des rôles et des tâches	38
06	Pistes pour l'utilisation des discours dans la pratique	40
	Extrémisme et radicalisation : de multiples angles d'approche	41
	Utilisation des discours produits dans le cadre des projets pilotes	43
07	Documents et informations complémentaires	49
_____	Bibliographie	50
_____	Glossaire	51

CONDENSÉ

Une manière de faire
de la prévention dans
le monde numérique.

À l'ère numérique, Internet joue un rôle clé dans la propagation de contenus extrémistes. La Toile regorge en effet de réseaux sociaux, de forums et de blogs qui sont autant de caisses de résonance dans lesquelles des groupements d'obédience politique ou religieuse font circuler des photos, des vidéos et des textes pour diffuser leurs idéologies, distiller leur propagande et faire des adeptes. Or, il n'est pas rare qu'ils visent expressément les adolescents et les jeunes adultes, très présents dans le monde virtuel et qui, pour diverses raisons, peuvent être particulièrement réceptifs aux messages extrémistes.

Il est difficile de savoir ce qui pousse les jeunes à se radicaliser, car ce phénomène s'explique par le concours de divers facteurs, liés tant au monde physique qu'au monde virtuel. Face à ce défi, la prévention fait usage de diverses mesures, de la sensibilisation à la transmission de connaissances, en passant par les approches visant expressément à identifier les adolescents et les jeunes adultes vulnérables et à les détourner du chemin de la radicalisation.

Ainsi, une manière de faire de la prévention dans le monde numérique consiste à élaborer ce que l'on appelle des contre-discours et des discours alternatifs. Il s'agit de déconstruire expressément – dans le premier cas – les idéologies extrémistes et les stratégies de propagande ou de lancer des messages positifs – dans le second – pour briser les préjugés et favoriser tant la capacité de penser de manière nuancée que le vivre ensemble, afin d'inciter les adolescents et les jeunes adultes à considérer d'un œil critique ce qu'ils rencontrent sur Internet.

Dans le cadre de son point fort « Extrémisme et radicalisation », la plateforme nationale Jeunes et médias de l'Office fédéral des assurances sociales (OFAS) a soutenu et suivi quatre projets pilotes qui ont produit des discours de ce genre. Des adolescents et de jeunes adultes ont été associés à l'élaboration de chacune de ces initiatives et un groupe d'experts a encadré l'ensemble de la démarche.

La présente brochure doit maintenant servir à familiariser les acteurs de la société civile, les professionnels et les autorités, mais aussi toute autre personne intéressée, avec les contre-discours et les discours alternatifs et à les soutenir dans le lancement de leurs propres projets. Sur la base de l'évaluation des projets pilotes et du rapport de recherche qui en est issu, rédigé par la Haute école zurichoise de sciences appliquées (ZHAW) et par la Haute école de travail social de Fribourg (HETS-FR), cette brochure fournit des informations de fond, illustre les principales difficultés et propose des éléments utiles pour le lancement et la réalisation de projets dans ce domaine.

01_EXTRÉMISME ET RADICALISATION SUR LE NET

L'extrémisme a de nombreux visages

L'extrémisme va à l'encontre des valeurs fondamentales d'une société démocratique fondée sur l'État de droit : l'égalité, la tolérance, les droits fondamentaux et la protection des minorités. Adopter une attitude extrémiste, c'est exprimer une opinion ou diffuser une idéologie en la considérant comme la seule valable et en estimant qu'elle doit être imposée sans compromis, par la force si nécessaire. La vision du monde extrémiste se fonde sur une logique binaire simplificatrice qui divise le monde entre amis et ennemis et a tendance à réduire les tenants et aboutissants d'une problématique à des théories complotistes.

La propagande des groupements extrémistes vise à influencer de manière systématique la manière de penser et les sentiments des individus, jusqu'à les amener à être disposés, pour parvenir à changer la société et les institutions, à recourir à la violence (qui va des discours de haine aux actes terroristes).

Parmi les formes d'extrémisme politique ou religieux qui peuvent mener à la violence, on compte notamment :

L'extrémisme de droite

L'extrémisme de droite comprend les idéologies fascistes, néofascistes, nationalistes, racistes et antisémites ainsi que celles hostiles aux personnes musulmanes. Dans ces courants, les principales figures de l'ennemi se forment autour de l'origine, de la couleur de la peau, de la religion ou de l'orientation sexuelle. L'appartenance ethnique y constitue le principal élément qui vient légitimer la marginalisation et le dénigrement de l'Autre ; l'égalité sociale et juridique y est par conséquent remise en question et décriée. Les tenants de l'extrémisme de droite appellent de leurs vœux un État autoritaire ; ils glorifient le fascisme et le national-socialisme et minimisent ou nient l'Holocauste.

L'extrémisme de gauche

La notion d'extrémisme de gauche recouvre plusieurs courants communistes, marxistes-léninistes et anarchistes qui ont en commun la lutte contre le système capitaliste mondialisé ainsi qu'une vision de l'égalité sociale absolue érigée en idéologie. Ses partisans appellent à la résistance contre des structures et institutions étatiques qu'ils considèrent comme des agents d'exploitation et de répression, telles que la police ou la démocratie parlementaire. Les extrémistes de gauche violents s'en prennent souvent aux banques et à d'autres symboles du capitalisme, mais aussi aux représentants du monde politique et de l'administration.

L'extrémisme islamiste ou djihadisme

L'extrémisme islamiste est un courant fondamentaliste de l'islam dont les adeptes visent à instaurer et imposer un régime islamique. L'islam y fait figure de contre-modèle à la vision du monde des démocraties occidentales (considérées comme dépravées) ainsi qu'aux fondements de leur société et de leur État. L'appel au djihad figurant dans le Coran est interprété de manière à légitimer le recours à la violence contre tous les non-croyants. L'extrémisme islamiste se caractérise également par une attitude homophobe. Les organisations djihadistes telles qu'Al-Qaïda ou l'État islamique (Daech) cherchent constamment à recruter des jeunes dans les pays occidentaux.

Outre leur opposition à la démocratie, la séparation du monde entre ennemis et amis et la prétention d'être les uniques détentrices de la vérité, ces trois formes d'extrémisme partagent un rejet des médias de masse, une vision dichotomique de la vie et un fort sentiment d'appartenance et de camaraderie entre leurs adeptes. Par ailleurs, tout membre qui s'oppose au groupe ou s'en éloigne est diffamé et menacé, voire même agressé.

La radicalisation
est plutôt vue
comme un processus.

La radicalisation, voie vers l'extrémisme

Les scientifiques et les spécialistes s'accordent sur le fait qu'il n'existe pas de facteurs ou de causes de radicalisation qui s'appliqueraient à tous les cas. Ils voient plutôt dans la radicalisation un processus qui évolue différemment selon chaque individu. La personne qui se radicalise adopte une manière de penser et d'agir qui légitime la violence envers les représentants de « l'ennemi », et les experts estiment que si les mécanismes en jeu sont similaires d'une idéologie à l'autre, il n'est pas pour autant possible d'en déduire un profil type d'individus particulièrement susceptibles de se radicaliser. Les parcours et cas de figure varient beaucoup d'une personne et d'un contexte à l'autre ; des facteurs interagissent, qui jouent un rôle différent dans le vécu de chaque individu.

Il n'y a pas de consensus scientifique sur les interactions entre ces facteurs, l'importance à accorder à chacun d'eux et les dynamiques qui en découlent. La plupart des modèles théoriques reprennent toutefois trois éléments qui influencent le processus de radicalisation et peuvent mener à l'extrémisme, violent ou non :

1. le sentiment d'insatisfaction, le fait d'être marginalisé ou discriminé, les conflits (conflit identitaire notamment) et un climat de tension politique
2. le fait de s'identifier à une idéologie extrémiste et de l'avoir intériorisée
3. le fait de vivre dans un contexte caractérisé par la loyauté envers le groupe et la pression du groupe sur l'individu

Le choix des mesures de prévention se fait en fonction du degré de radicalisation. On distingue notamment la prévention universelle de la prévention sélective : la première vise de larges pans de la population, tandis que la deuxième cible les groupes d'individus qui, en raison de leur parcours, présentent des facteurs de risques. Pour les personnes en cours de radicalisation et celles déjà radicalisées, d'autres mesures sont nécessaires, qui visent à les détourner de la voie empruntée.

Comment se manifeste l'extrémisme sur Internet ?

L'extrémisme politique ou religieux sur Internet se présente sous bien des formes. Les réseaux sociaux ou les sites de partage de vidéos, mais aussi les blogs, les forums et les colonnes de commentaire offrent des possibilités presque illimitées de diffuser des opinions, des idéologies et des messages de propagande. Le problème réside dans le fait que les contenus radicaux ou extrémistes sont souvent bien camouflés et présentés comme des informations politiques, des initiatives citoyennes ou du divertissement. Il n'est pas toujours possible de se rendre compte immédiatement de quoi il en retourne et qui se cache derrière un post, une photo ou une vidéo.

Les groupements extrémistes copient volontiers le style jeune, utilisent un langage visuel branché et produisent à grands frais des vidéos de musique et des films de propagande. En outre, Internet étant libre de tout ancrage géographique, les points de vue extrêmes s'y propagent plus rapidement et y atteignent davantage de personnes que dans le monde physique. Enfin, l'anonymat dont les internautes pensent bénéficier fait baisser leur seuil d'inhibition, favorisant les propos radicaux ou le fait de *liker* et de partager des contenus extrémistes : derrière un écran, l'individu n'est pas obligé de se montrer et peut même se dissimuler sous une fausse identité.

Autre facteur favorisant les contenus extrémistes : les algorithmes de personnalisation à l'œuvre dans les médias numériques, qui déterminent ce qui est montré à l'internaute. Ces algorithmes sélectionnent et proposent des thèmes en fonction des pages visitées précédemment. Ils sont à la source d'un filtrage qui, en créant des bulles de filtres ou « cocons d'informations », peut contribuer à polariser les opinions et les attitudes.



Les contenus extrémistes
sont souvent présentés
comme du divertissement.

Qu'est-ce qui rend les jeunes particulièrement réceptifs aux messages extrémistes ?

Les adolescents et les jeunes adultes se trouvent dans une phase de développement qui se caractérise par la recherche de leur identité, et Internet constitue justement un champ de jeu et d'expérimentation qui leur permet de tester diverses idées. À cela s'ajoute le fait que ce groupe d'âge a tendance à être plus intéressé et plus ouvert à l'inconnu et à la nouveauté, en particulier lorsque les contenus sont présentés sous une forme qui parle aux jeunes. De plus, c'est à cette phase de développement que surgit l'intérêt pour les questions politiques et sociales et que l'individu se forge son propre système de valeurs, ce qui le rend d'autant plus ouvert à des opinions et points de vue différents.

Tous les groupements extrémistes profitent du comportement médiatique des jeunes utilisateurs et utilisatrices, pour qui l'accès permanent à Internet est devenu une évidence et qui recourent aux réseaux sociaux et aux sites de vidéo tels que YouTube non seulement pour se divertir, mais aussi pour s'informer. Une enquête sur les *fake news* menée auprès des 12 à 19 ans (JAMESfocus 2019) a identifié deux groupes de personnes particulièrement susceptibles de croire aux fausses informations : d'une part les jeunes qui ne manifestent de toute façon pas ou peu d'intérêt pour les actualités mondiales et n'ont par conséquent que peu de compétences dans le domaine de la littératie informationnelle ; d'autre part, ceux qui s'informent surtout en discutant avec leurs amis et leur famille ou en ligne (sur des sites vidéos et sur les réseaux sociaux) et sont enclins à reprendre telles quelles les opinions exprimées, sans réfléchir par eux-mêmes.

Pour tous les utilisateurs, quels qu'ils soient, la difficulté consiste à identifier les contenus extrémistes et à reconnaître l'intention (et notamment la propagande) qui s'y dissimule. Leur expérience et leurs connaissances ne sont pas seules en cause, car la réalisation technique et la présentation de ces contenus sont généralement

d'excellente facture. De plus, les idéologies et messages radicaux se cachent souvent derrière des éléments de divertissement de prime abord anodins tels que chansons, sonneries de téléphone ou photographies.

Par ailleurs, les échanges virtuels répondent au besoin des jeunes de se sentir en relation avec d'autres, et le sentiment d'appartenance à un groupe peut même naître encore plus rapidement en ligne que lors de contacts personnels dans le monde physique. Les jeunes et jeunes adultes qui ont peu de relations sociales stables sont donc particulièrement réceptifs à certains messages qui mettent justement en avant le sens de la communauté.

02_ LA PRÉVENTION PAR LES CONTRE-DISOURS ET LES DISOURS ALTERNATIFS

Que sont les contre-discours et les discours alternatifs et à quoi servent-ils ?

Compte tenu de la complexité des processus de radicalisation, la prévention doit intervenir sur plusieurs plans. C'est vrai tant hors ligne qu'en ligne, puisque les autres mesures, comme les mesures répressives qui suppriment les contenus problématiques détectés grâce à des logiciels de surveillance (technologie disruptive), n'ont qu'une efficacité limitée tant il est facile pour les extrémistes de continuer à diffuser leur propagande sur de nouveaux comptes et de nouveaux sites.

Il est par conséquent nécessaire de compléter ces mesures en ciblant précisément les publics que les groupements extrémistes visent. C'est là qu'interviennent les contre-discours et les discours alternatifs : en reprenant les mêmes formes médiatiques que les contenus extrémistes, ils déconstruisent leurs messages et mettent au jour la propagande qui s'y cache. Ces deux types d'approches misent sur la sensibilisation et l'information et aident à se forger un avis de manière critique, mais se distinguent toutefois par leur démarche.

Contre-discours

Les contre-discours visent à discréditer les contenus extrémistes en montrant qu'ils relèvent de la propagande, à réfuter les informations erronées et à démystifier les propos glorifiants. Un discours islamiste faisant l'apologie de la guerre, par exemple, peut être contré en lui opposant un récit abordant les conséquences négatives d'un conflit armé. Les moyens utilisés vont de l'argumentation logique et objective à la satire, en passant par l'humour.

Discours alternatifs

Les discours alternatifs mettent l'accent sur la transmission de messages positifs. Tandis que les discours extrémistes se fondent systématiquement sur une logique dichotomique « amis-ennemis », les discours alternatifs cherchent à générer des opinions et perceptions nuancées ; ils mettent

l'accent sur l'intégration sociale, la tolérance et les pistes pour un vivre ensemble pacifique dans un État de droit libéral.

Que sait-on de l'effet de ces discours ?

La recherche empirique sur l'effet des contre-discours et des discours alternatifs n'en est qu'à ses débuts. On ne dispose pour l'heure que de rares études menées à l'étranger, et leurs conclusions ne sont pas concordantes.

Le comportement des internautes constitue l'une des principales difficultés de la lutte contre la radicalisation. Les études montrent en effet que les individus consomment généralement des contenus qui correspondent à leur vision du monde et que les personnes ayant déjà un point de vue sur un sujet ne se laissent que difficilement convaincre du contraire. Les contenus médiatiques ont plutôt comme effet de conforter les individus dans leurs opinions ; ils viennent encore confirmer ou renforcer la vision du monde des personnes aux convictions déjà extrêmes ou radicales. Ce sont donc généralement les personnes dont l'attitude n'est pas encore arrêtée, ou pas ferme, qui peuvent être réceptives aux contre-discours et aux discours alternatifs.

En ce qui concerne l'efficacité des contre-discours et des discours alternatifs, les recherches menées jusqu'à l'heure actuelle ont permis d'identifier les principes suivants :

1. Une connaissance approfondie du groupe cible est indispensable.

Quel est le profil psycho-social des personnes à atteindre ? Où peut-on les trouver (tant en ligne que hors ligne) ? À travers quels canaux peut-on les atteindre ? Quels types de messages les attirent ?

2. Le contenu narratif du contre-message doit être meilleur que celui de la propagande extrémiste.

Pour remplir cette condition, il faut connaître les

Les discours devraient en principe susciter la réflexion.

thèmes que les groupements extrémistes abordent dans leurs discours. C'est la seule façon de relever de manière ciblée des arguments et de les déconstruire, ou de mettre en avant un autre point de vue. On estime en outre qu'un contre-argument est d'autant plus efficace qu'il provient du même contexte culturel que le discours extrémiste.

3. Dans leur forme, les contre-discours et discours alternatifs doivent être tendance et se renouveler continuellement.

Les contenus extrémistes sont généralement produits de manière professionnelle, pour une brève durée de vie (ils sont sans cesse remplacés par de nouveaux). Il doit en aller de même des contre-discours et des discours alternatifs.

4. Pour ce qui est des caractéristiques des discours, nous disposons pour l'heure de peu d'éléments confirmés empiriquement.

Pour savoir comment lutter efficacement contre les messages extrémistes et les battre en brèche, il faut mener davantage de recherches scientifiques afin de mesurer l'effet des contre-stratégies. Selon les conclusions tirées jusqu'à maintenant, quatre facteurs sont essentiels :

- Pour ce qui est des discours alternatifs, il est conseillé de les transmettre sous forme de récit, en mettant l'accent sur des histoires personnelles. Le récit doit être attirant et divertissant aux yeux du public cible.
- Pour les contre-discours, il est recommandé d'établir un lien direct avec le message extrémiste afin de présenter les contre-arguments de manière concrète et ciblée.
- Les discours visant la prévention devraient en principe susciter la réflexion.
- Autre aspect fondamental, ils devraient aussi permettre à leur public cible d'améliorer ses compétences médiatiques et notamment de

développer un regard critique sur les contenus médiatiques.

5. L'entité qui crée le discours alternatif doit bénéficier de la confiance de son public cible, qui doit la considérer comme crédible.

La légitimité dont bénéficient aux yeux du public cible les personnes ou organismes qui génèrent les discours joue un rôle essentiel dans la manière dont les contenus sont perçus et les effets qu'ils produisent.

6. Les bonnes pratiques identifiées dans d'autres domaines peuvent être utiles.

Des parallèles peuvent être tirés avec la prévention de la violence et la promotion du courage civique, des domaines dans lesquels les exigences en matière de qualité, de dramaturgie et de maîtrise du style sont semblables.

03_DE NOUVELLES PISTES : LES QUATRE PROJETS PILOTES

Contexte et idée générale

L'initiative lancée en 2017 faisait œuvre de pionnier en Suisse, où aucune expérience n'avait encore été faite dans l'élaboration et la diffusion de contre-discours et de discours alternatifs. Menée par l'OFAS, dans le cadre du point fort « Extrémisme et radicalisation » de la plateforme Jeunes et médias, elle mettait en œuvre l'une des mesures du *Plan d'action national de lutte contre la radicalisation et l'extrémisme violent*.

Quatre projets pilotes provenant de l'ensemble de la Suisse ont bénéficié d'un soutien et d'un suivi de l'automne 2017 à fin 2018. Les critères suivants ont été fixés pour l'appel d'offres et la sélection des projets :

Participation : les adolescents et jeunes adultes de 12 à 25 ans ne constituent pas seulement le groupe cible des projets, mais sont aussi associés à leur conception et à leur réalisation.

Effets à long terme : les projets doivent être conçus de manière à ce que leurs effets et le transfert de connaissances soient durables.

Savoir-faire : l'équipe de projet doit disposer de connaissances établies et d'une expérience en matière d'extrémisme et de radicalisation ainsi que de communication en ligne.

Collaboration interdisciplinaire : le projet doit bénéficier d'un large soutien et miser sur la collaboration avec des partenaires importants (dans les domaines animation jeunesse, intégration, prévention et religion) pour la réalisation des contenus et leur diffusion.

Insertion parmi d'autres mesures : le projet doit pouvoir s'inscrire dans un ensemble de mesures de sensibilisation destinées à prévenir la radicalisation.

Les idées de projet qui ont été soumises ont amené les équipes de projet à mettre l'accent sur les discours alternatifs visant l'extrémisme islamiste, mais la méthodologie est explicitement applicable à d'autres formes d'extrémisme, et en particulier à l'extrémisme de droite et à celui de gauche.

Compétences spécialisées et suivi scientifique

La problématique étant interdisciplinaire, un groupe d'experts de plusieurs domaines (prévention, extrémisme, dialogue interreligieux, échanges socio-culturels et médias numériques) a suivi l'ensemble du processus, de la sélection des projets à leur évaluation. Cette collaboration a permis d'assurer le respect de normes de qualité tant pour le contenu que pour la forme des projets. Elle a aussi garanti que les discours transmettaient les messages voulus de manière adaptée aux groupes cibles, ne donnaient lieu à aucun malentendu ni possibilité d'interprétation indésirable ou contre-productive et n'adoptaient pas, par exemple, un point de vue de victime biaisé. De plus, les notions utilisées devaient clairement se démarquer des formes d'expression typiques des groupements extrémistes.

La Haute école zurichoise de sciences appliquées (ZHAW) et la Haute école de travail social Fribourg (HETS-FR) ont procédé à une évaluation formative et sommative afin de garantir la qualité et d'assurer la production de connaissances. Le rapport de recherche présente dans le détail le concept, la démarche et les aspects abordés dans cette évaluation (Baier et al. 2019). Les enseignements tirés de la phase pilote doivent servir à développer et optimiser les projets existants, mais aussi, et surtout, à en concevoir d'autres.

Transfert de connaissances et échanges d'expériences

Afin d'établir un lien entre les quatre projets, d'encourager l'échange d'expériences et de garantir le

transfert des connaissances acquises, l'OFAS a réuni à trois reprises les responsables de projet, les membres du groupe d'experts, l'équipe d'évaluation ainsi que des représentants de la Confédération.

Lors de ces trois rencontres, il a avant tout été question de la radicalisation en général des adolescents et des jeunes adultes, et des moyens de la prévenir, mais aussi des stratégies de communication numérique pour diffuser le discours produit, de la gestion des commentaires (notamment des commentaires haineux) ainsi que des méthodes de redirection qu'utilise Google par exemple

pour contrer la radicalisation en ligne. Des représentants de projets similaires menés à l'étranger y ont également été invités pour présenter leurs expériences et leurs connaissances.

Du point de vue de la réalisation des projets, les concepts et le déroulement ont également fait l'objet de discussions et d'échanges. L'objectif étant d'obtenir des effets durables, des réflexions ont été menées sur la poursuite des projets une fois la phase pilote terminée ainsi que sur la diffusion et l'utilisation ultérieure des discours dans le travail de prévention (à ce sujet, voir chap. 6).



Le projet Winfluence

Idée et objectifs

Winfluence est un projet que le service *Jugendinfo Winterthur* a mené en collaboration avec la déléguée à l'enfance et à la jeunesse, le Service de prévention de l'extrémisme et de la violence de Winterthur ainsi que l'association *Just a simple Scarf* (JASS). L'accent a été mis sur des discours qui s'opposent à la propagande extrémiste, à la haine et à l'incitation à la haine sur Internet.

Ce projet avait comme objectif de produire et de diffuser des clips vidéo afin de lutter contre les préjugés et de promouvoir la tolérance et la compréhension envers les personnes ayant une autre vision du monde. Il a été conçu de manière à ce que les jeunes, en participant au projet, acquièrent des connaissances spécifiques et deviennent des ambassadeurs du respect et de la tolérance. Il a bénéficié des compétences d'une pédagogue du théâtre et d'une dessinatrice pour la conception des sujets et la réalisation technique.

Participation des adolescents et des jeunes adultes

Winfluence a adopté une stratégie résolument participative. L'équipe de projet a publié des annonces dans des journaux et sur Internet pour trouver des jeunes intéressés à participer au projet. Lors d'un casting, elle a sélectionné les 14 *winfluencers* qui allaient choisir les thèmes et contenus de chacune des vidéos et les élaborer. Elle a créé un deuxième groupe, de jeunes adultes cette fois, chargé de la diffusion en ligne via les réseaux sociaux (Facebook, Instagram) et YouTube.

Groupes cibles prévus

- Les deux groupes de *winfluenceurs* – le groupe de jeunes de moins de 18 ans chargés d'élaborer les contenus et le groupe de jeunes adultes responsables de la diffusion des vidéos sur les réseaux sociaux.
- Des personnes de 13 à 25 ans et de 31 à 50 ans ayant une attitude critique, voire de rejet, envers les réfugiés, le Proche-Orient en général et l'islam.
- Des musulmans, des réfugiés et des personnes du Proche-Orient de 14 à 30 ans ou de 31 à 40 ans ayant été victimes ou étant victimes de rejet.

Produit

Cinq clips vidéo ont été réalisés. Afin de protéger les jeunes participants, l'équipe de projet a opté pour le dessin animé (comic motion) et des personnages représentés sous les traits d'animaux. Ces vidéos abordent les sujets suivants :

- #1 Gender (Genre) : la violence dans les relations de couple
- #2 Hass im Alltag (La haine au quotidien) : le racisme au sein de la famille
- #3 Grillideologie (Idéologie du grill) : les végétariens fanatiques
- #4 Gewalt und Aggression (Violence et agression) : la violence dans l'espace public
- #5 Die Amis sind an ALLEM schuld (TOUT est de la faute des Ricains) : les théories du complot

D'un clip à l'autre, les animaux (un rhinocéros, un chien, un oiseau, un perroquet et un lama) gardaient la même personnalité, mais ne jouaient pas toujours le même rôle dans le conflit, afin de montrer qu'une même personne peut, selon la situation, être l'agresseur (radicalisé), la victime ou le témoin.

Équipe de projet

Jugendinfo Winterthur, Association JASS, déléguée à l'enfance et à la jeunesse et Service de l'extrémisme et de la prévention de la violence de la ville de Winterthur

Site Internet du projet

<https://jugendinfo.win/winfluence/>

Le projet KnowIslam

Idée et objectifs

Ce projet, réalisé sous l'égide de l'Institut pour la coopération et le dialogue interculturels de Zurich, visait à aider des jeunes et des jeunes adultes musulmans à mener une réflexion constructive et critique sur leur religion et à se forger leur propre opinion.

À cette fin, l'équipe de projet a choisi, pour aborder divers thèmes généraux (l'être humain, la religion, la foi ou la violence), des extraits du Coran, qu'elle a ensuite illustrés par des vidéos explicatives et des textes-images présentant un discours alternatif. L'objectif était de mettre en avant une autre lecture du Coran et un islam pacifique et humaniste.

Participation des adolescents et des jeunes adultes

Les adolescents et les jeunes adultes ont été associés à ce projet comme groupe consultatif. Deux ateliers ont été organisés pour pouvoir prendre en compte leurs avis, leurs réflexions et leurs préférences quant au choix des sujets. Les participants aux ateliers ont été recrutés directement par les responsables du projet.

Groupe cible prévu

Adolescents (de 14 à 18 ans) et jeunes adultes (19 à 25 ans) de confession musulmane, qui souhaitent s'informer des sujets religieux sur Internet.

Produit

Au total, 53 textes-images et dix vidéos ont été réalisés sur divers passages du Coran, tous sur le même modèle. Un format court a été choisi pour les textes-image ainsi que pour les sourates et les explications y relatives. Les vidéos ont apporté un éclairage plus en profondeur, en incluant plusieurs points de vue. Chaque vidéo aborde un sujet différent :

- Vidéo n° 1 : Der Mensch im Islam (La vision de l'être humain dans l'islam)
- Vidéo n° 2 : Was sagt der Islam zu Gewalt ? (Que dit l'islam de la violence ?)
- Vidéo n° 3 : Glaube – Iman (Foi et iman)
- Vidéo n° 4 : Gott im Islam – Glaube an Allah (Dieu dans l'islam – la Foi en Allah)
- Vidéo n° 5 : Was ist der Islam ? (Qu'est-ce que l'islam ?)
- Vidéo n° 6 : Der Koran – Die Lesung (Le Coran – la lecture)
- Vidéo n° 7 : Hadith – Was bedeutet das ? (Les hadîths : qu'est-ce que c'est ?)
- Vidéo n° 8 : Jenseits im Islam (Akhira) – Das Leben nach dem Tod (Akhira, l'au-delà dans l'islam – La vie après la mort)
- Vidéo n° 9 : Propheten und Gesandte (Les prophètes et les messagers)
- Vidéo n° 10 : Grundrechte im Islam (Les droits fondamentaux dans l'islam)

Équipe de projet

Institut pour la coopération et le dialogue interculturels de Zurich, médiamaticiens et informaticiens, spécialistes de l'islam et de la radicalisation

Site Internet et compte Instagram

<https://knowislam.ch/>

https://www.instagram.com/knowislam_ch/



Le projet SwissMuslimStories

Idée et objectifs

Ce projet, mené sous l'égide de l'Association Ummah (Jeunesse musulmane de Suisse), a bénéficié du soutien de diverses organisations, fondations et services nationaux et régionaux. De brefs portraits vidéo ont présenté des musulmans de Suisse. Ces récits personnels devaient montrer que les musulmans de Suisse mènent des vies très diverses, qu'il y a plusieurs manières de vivre sa religion au quotidien et qu'il est possible de s'identifier à plusieurs modèles à la fois. Ces portraits devaient servir de figures d'identification positives aux jeunes musulmans.

Participation des adolescents et des jeunes adultes

Les protagonistes des portraits vidéo ont été recrutés à travers les réseaux de l'équipe et des organisations musulmanes du projet. Lors d'un atelier, une trentaine de jeunes et de jeunes adultes ont eu la possibilité de se prononcer sur les protagonistes potentiels, les messages et les formats avec l'équipe de projet. Dans un deuxième atelier, les jeunes et jeunes adultes ont analysé et évalué les résultats du projet.

Groupes cibles prévus

- Les musulmans de Suisse (surtout adolescents et jeunes adultes)
- Le public suisse, dans le but de promouvoir la tolérance.

Produit

Dix courts-métrages ont été produits et diffusés, chacun en version courte (une minute environ) et en version longue (trois minutes environ). Toutes ces vidéos présentent des musulmans nés en Suisse ou qui y ont immigré.

Sur la droite de chaque vidéo se trouve une icône qui permet d'accéder à une brève explication et à une représentation graphique du parcours de la personne en question ; on y voit tant les crises ou phases difficiles que les réussites. Ces vidéos ont traité les sujets suivants :

- Épisode n° 1 *Friedensstifter* (Artisan de paix) : Samir, 29 ans, peintre, illustrateur et graffeur indépendant, né en Suisse.
- Épisode n° 2 *Schweizermacherin* (La faiseuse de Suisses) : Dania, 23 ans, interprète interculturelle, a fui la Syrie à 18 ans.
- Épisode n° 3 *Landesverteidiger* (Défenseur du pays) : Saâd, 26 ans, futur économiste, officier dans l'armée, né en Suisse.
- Épisode n° 4 *Teampayerin* (La sociable) : Selma, 28 ans, pédagogue sociale, née en Suisse.
- Épisode n° 5 *Weltbürgerin* (Citoyenne du monde) : Hannan, 33 ans, spécialiste de l'islam, active dans l'aide aux réfugiés, née à Munich, arrivée en Suisse à l'âge de 31 ans.
- Épisode n° 6 *Gemeinschaftsmensch* (Le communautaire) : Bujar, 29 ans, politicien, arrivé en Suisse enfant, en provenance de Macédoine.
- Épisode n° 7 *Wegweiserin* (La guide) : Nuran, 38 ans, professeure d'auto-école, arrivée en Suisse enfant, en provenance de Macédoine.
- Épisode n° 8 *Lebensretterin* (La sauveuse) : Serpil, 25 ans, future médecin, née en Suisse.
- Épisode n° 9 *Trendsetter* (L'influenceur) : Sohail, 24 ans, informaticien, créateur de sa propre marque de vêtements, né en Suisse.
- Épisode n° 10 *Volksmusiker* (Le joueur de musique populaire) : Atilla, 29 ans, informaticien, musicien professionnel, né en Suisse.

Équipe de projet

L'équipe du projet était composée de six personnes provenant de différentes disciplines (ethnologie, sciences de l'éducation, travail social, sciences de l'islam et technologie alimentaire).

Site Internet du projet

<https://www.swissmuslimstories.ch>

Le projet PositivIslam

Idée et objectifs

Ce projet, lancé par le Centre Suisse Islam et Société de l'Université de Fribourg, a été mené en collaboration avec l'association musulmane Frislam dans le but de créer un site internet consacré aux contributions de jeunes blogueurs sur la radicalisation et l'extrémisme.

Les textes et illustrations devaient proposer une autre lecture que celle des discours propagandistes des extrémistes, stimuler la réflexion et inciter au débat. Les blogueurs, âgés de 18 à 25 ans et de confession musulmane pour la plupart, y ont raconté leurs expériences, en jetant un regard nuancé sur l'islam et les sujets en lien avec cette religion.



Participation des adolescents et des jeunes adultes

Le projet visait une approche résolument participative. Les membres du projet ont recruté via leurs réseaux de jeunes blogueurs – en majorité des étudiants – qui se sont préparés en suivant des journées d'entraînement et des ateliers. Il s'agissait en particulier de leur permettre de mener une réflexion critique sur des messages extrémistes et de se forger leur propre opinion.

Groupes cibles prévus

- En premier lieu les jeunes adultes, c'est-à-dire les blogueurs eux-mêmes ainsi que les destinataires des contributions, chez qui il s'agissait de susciter la réflexion et l'échange.
- En deuxième priorité, le grand public.

Produit

En tout, 18 contributions, créées par dix jeunes, ont été publiées sur le site, la plupart sous forme de textes. Les blogueurs ont signé leurs créations par des pseudonymes.

Aperçu des contributions :

- *Partons tous au Jihâd* : la véritable signification du Jihâd
- *Commençons par le commencement* : distinction entre islam et terrorisme
- *Allah Akbar – une expérience immédiate* : signification de l'expression Allah Akbar
- *Quels jeunes voulons-nous être ?* : texte d'introduction sur le rôle que la jeune génération aimerait se choisir
- *La « Poetessa » : l'esempio di Hissa Hilal (La « Poétesse » : l'exemple de Hissa Hilal)* : article sur la poétesse d'Arabie Saoudite qui lutte contre le fanatisme religieux

- *Je ne suis pas raciste, mais...* : distinction entre le racisme frontal et le racisme subtil
- *Des musulmans et un islam ?* : l'islam, une base religieuse commune à divers musulmans
- *Comment s'est déroulée ma conversion à l'islam ?* : récit d'une conversion
- *22 mars 2016, 9 h 11, un grand boum* : distinction entre islam et terrorisme islamiste
- *Il radicalismo islamico come indice di una problematica generazionale? (Le radicalisme islamique, indice d'une problématique générationnelle ?)* : présentation de la thèse selon laquelle l'extrémisme musulman n'est qu'une des formes de violence générée par le nihilisme des jeunes
- *Les doutes et le sens* : regard critique d'une femme musulmane sur les pratiques de l'islam
- *Batailles et moralité humaine* : règles en temps de guerre
- *De l'éthique de guerre à l'éthique de paix* : réflexion sur la guerre et la paix dans l'islam
- *Quando l'islam è al centro del discorso I (Quand l'islam est au centre des débats I)* : l'islam et la rhétorique de l'extrême droite (partie 1)
- *La violenza di un pezzo di carta (La violence d'un bout de papier)* : l'image négative des musulmans dans les médias
- *E se fossimo tutti musulmani? (Et si nous étions tous musulmans ?)* : définition de la notion de « musulman »
- *Quando l'islam è al centro del discorso II (Quand l'islam est au centre des débats II)* : l'islam et la rhétorique de l'extrême droite (partie 2)
- *Le voile oppressé* : considérations sur le voile (dessin)

Équipe de projet

L'équipe à la tête de ce projet était composée de deux membres du Centre Suisse Islam et Société, d'une personne de l'association musulmane Frislam et d'une influenceuse.

Site Internet du projet

<https://www.positivislam.ch/>

04 EXPÉRIENCES ET ENSEIGNEMENTS TIRÉS DES PROJETS PILOTES

Une approche exigeante, mais prometteuse

L'approche des contre-discours et des discours alternatifs est-elle à même de produire l'effet préventif souhaité ? Les membres du groupe cible se sentent-ils interpellés par les contenus et comprennent-ils les messages véhiculés ? Quels facteurs contribuent à la réussite et quelles sont les principales difficultés à surmonter ? C'est dans le but de répondre à ces questions que les évaluateurs ont suivi la réalisation des projets et se sont entretenus tant avec leurs responsables qu'avec les adolescents et jeunes adultes impliqués. Ils ont ainsi pu porter un jugement sur les processus d'élaboration et sur les produits finaux. La question de l'impact des discours a mérité une analyse multisectorielle : discussions dans des classes d'écoles et des centres de loisirs, entretiens avec différents experts et enquête standardisée en ligne auprès des jeunes afin d'obtenir une appréciation personnelle approfondie.

Si l'on ne peut pas encore tirer de conclusions définitives sur l'impact des discours, l'évaluation a déjà permis d'apporter de premières réponses aux questions énoncées ci-dessus. Les enseignements qui en sont tirés fournissent des pistes utiles à la conception et à la réalisation de projets basés sur des discours.

Avant d'aborder en détail, dans les pages qui suivent, les principales difficultés et les principaux facteurs de réussite, signalons que, dans l'ensemble, les destinataires ont généralement compris les discours produits sous forme de clips vidéo ou de textes et les ont évalués positivement. Les projets ont atteint leurs principaux groupes cibles, c'est-à-dire les adolescents et les jeunes adultes en général et, en particulier, ceux d'origine musulmane, même si, au moment de l'évaluation, la diffusion constatée était plutôt marginale. Sans trop s'avancer, on peut par ailleurs conclure que les contre-discours et les discours alternatifs peuvent tout à fait avoir un effet préventif, mais qu'il ne faut les considérer que comme une mesure parmi d'autres et jamais comme la seule à adopter pour l'ensemble du processus de radicalisation.

Si elle a parfois occasionné un surcroît de travail aux responsables de projet, l'obligation de soumettre les discours produits au groupe d'experts ad hoc avant leur publication, applicable à tous les projets, s'est avérée payante en fin de compte. Il fallait en effet à tout prix limiter le risque que les discours produisent un effet contraire à celui recherché ou donnent même un élan soudain à la radicalisation.

Il n'est pas possible de dégager de l'évaluation un modèle de bonnes pratiques universel. En effet, chaque projet présente des particularités en fonction du contexte dans lequel il a été conçu et réalisé. En outre, il existe différentes façons de parvenir au même but, comme le montrent les conclusions suivantes :

- Des personnes en chair et en os, qui racontent leurs histoires, rendent les discours compréhensibles et crédibles, mais d'autres genres d'illustrations, comme les dessins animés, peuvent aussi être efficaces.
- C'est l'image qui a le plus d'impact. La musique et les sons semblent secondaires, mais peuvent être un élément perturbateur, voire contradictoire, lorsque, plutôt que de souligner le message transmis par les images, ils apportent une note discordante.
- Le message peut gagner en crédibilité lorsque l'origine d'un contre-discours ou d'un discours alternatif est clairement indiquée, en affichant l'auteur sur un clip vidéo, par exemple.
- Les hashtags, les slogans ou les questions auxquels les discours font référence ou qui y sont affichés peuvent accentuer l'effet recherché.

Pour les projets futurs, cette diversité signifie que l'on peut et que l'on doit continuer à expérimenter. Internet et les réseaux sociaux demeureront en effet un instrument primordial de socialisation des jeunes et tout laisse supposer aussi que les groupements extrémistes continueront à en profiter. Il faudra donc aussi produire des contre-discours et des discours alternatifs afin de disposer d'un outil en ligne de prévention de la radicalisation.

Quelles sont les principales difficultés de réalisation ?

Le domaine des contre-discours et des discours positifs n'ayant guère été exploré, l'OFAS ne disposait pas, au moment de lancer son appel d'offres, de données empiriques à fournir aux responsables des projets. Il s'agit là de la première difficulté, que les équipes de projet ont surmontée de différentes manières, de sorte que les quatre projets pilotes étaient bien différents les uns des autres à plusieurs égards, et en particulier en ce qui concerne leurs processus et structures, les discours produits et la collaboration avec les adolescents et les jeunes adultes. Par ailleurs, tout n'était pas prévisible au départ et certaines particularités ne sont apparues qu'en cours de réalisation. Enfin, rien ne garantissait que les discours diffusés atteindraient les groupes cibles de la façon voulue et seraient compris conformément aux attentes, jugés crédibles et considérés comme pertinents.

Les principales difficultés

- Complexité du modèle des contre-discours et des discours alternatifs
- Participation des adolescents et des jeunes adultes
- Assurance-qualité des contenus
- Diffusion des contenus et atteinte des groupes cibles
- Estimation et la mesure de l'effet des discours sur les groupes cibles

Complexité du modèle des contre-discours et des discours alternatifs

Lors de l'élaboration des contre-discours et des discours alternatifs, la complexité réside avant tout dans la nécessité de disposer de connaissances approfondies concernant le message à faire passer, le groupe cible, la technique ainsi que la conception et l'organisation. S'ajoutent à cette

difficulté le dynamisme et la vitesse à laquelle évoluent les médias numériques et les réseaux sociaux dans lesquels sont diffusés les discours. C'est dire si les projets réalisés dans ce domaine doivent sans cesse faire face à de nouvelles exigences. Ils doivent donc s'inscrire dans une démarche continue qui leur permette de rester à la page et de répondre aux messages extrémistes par des contre-discours toujours renouvelés.

La complexité de l'approche a amené tous les responsables à modifier le projet qu'ils avaient présenté en réponse à l'appel d'offres : Winfluence a élargi son champ thématique, KnowIslam a renoncé au plurilinguisme par manque d'effectifs, SwissMuslimStories a engagé une agence spécialisée dans les campagnes et revu les tâches des jeunes, et PositivIslam s'est recentré sur un seul canal et a confié le graphisme du site Internet à un professionnel. En outre, aucun des projets n'a pu atteindre l'intégralité de ses objectifs, principalement parce que ceux-ci étaient trop ambitieux.

Participation des adolescents et des jeunes adultes

S'il ressort clairement des expériences faites dans les projets que la participation des adolescents et des jeunes adultes s'est révélée essentielle à leur aboutissement (voir les facteurs de réussite au chapitre suivant), cet aspect représente toutefois aussi une difficulté pour plus d'une raison, la première étant de trouver ces jeunes. Les responsables de projet ont déployé à cette fin diverses stratégies, allant d'annonces dans les médias à des contacts directs au sein de réseaux existants. La deuxième difficulté consiste à définir le rôle des adolescents et des jeunes adultes : doivent-ils servir de groupe consultatif pour donner leur avis sur des contenus déjà élaborés ou plutôt être associés à la production et à la diffusion de ceux-ci ? Cette seconde option présuppose un fort engagement et une motivation durable, ce qui n'est pas gagné d'avance. En troisième et dernier lieu se pose une question essentielle : dans quelle mesure les adolescents et les jeunes adultes s'exposent-ils en prenant part au

projet ? Ainsi, certaines personnes potentiellement intéressées par les projets ont fini par y renoncer afin de ne pas apparaître sur les réseaux, craignant des préjugés, pour leur carrière professionnelle, par exemple. En outre, il s'est avéré que de nombreux participants considèrent la religion et la foi comme des affaires privées et que certains n'ont pas souhaité échanger ouvertement sur ces sujets ou, du moins, se sont montrés réticents à le faire.

Dans le cas du projet Winfluence, par exemple, la forte participation des jeunes dès le début du projet (c'est-à-dire dès la recherche d'idées) a eu pour conséquence un élargissement du champ thématique. Le projet s'est ainsi enrichi de thèmes (comme le fanatisme végétarien du troisième sujet « Grillideologie ») manifestement plus proches du quotidien des jeunes que la radicalisation extrémiste.

Assurance-qualité des contenus

La première condition à remplir pour qu'un discours serve d'instrument de prévention contre la radicalisation extrémiste est de s'assurer que ses messages ne produisent pas d'effets négatifs ou indésirables.

Compte tenu de l'aide financière accordée par l'administration fédérale, des précautions particulières ont été prises, dans les projets pilotes, pour éviter toute diffusion de contenus pouvant avoir un effet contraire au but visé ou être inadéquats de quelque façon que ce soit. L'OFAS et le groupe d'experts ad hoc ont appliqué notamment les critères de validation suivants :

- pas de termes/gestes injurieux ou sexistes ni d'incitations à la haine ou à la violence
- pas de vision étriquée ou unilatérale des problèmes et/ou des solutions
- transmission d'une vision du monde ouverte et inclusive
- adaptation au groupe cible et au contexte suisse

Lors de la validation des discours, l'OFAS et le groupe d'experts ont attaché une attention particulière par exemple aux notions présentant une analogie avec le langage des groupes extrémistes, aux conflits présentés sans résolution claire ou encore aux contenus qui pourraient contribuer à conforter les préjugés plutôt qu'à les faire tomber. Il est aussi apparu que la limite est parfois ténue avec les discours de victimisation, qui présentent la situation de façon unilatérale et sans nuances, dans la perspective de la victime.

Diffusion des contenus et atteinte des groupes cibles

Sur Internet, et encore plus sur les réseaux sociaux, le rythme est trépidant. Quels que soient le sujet et le format, les contenus doivent toujours rivaliser entre eux pour capter l'attention des internautes. Ici aussi, les quatre projets pilotes ont opté pour des stratégies différentes : certains discours étaient visuels, d'autres textuels, et les canaux de diffusion ont été des plus variés, du site Internet appartenant à l'organisation responsable du projet à YouTube, en passant par Facebook, Twitter et Instagram. Même si l'utilisation de différents canaux comporte des avantages, il ne faut pas oublier le temps qu'il faut y consacrer : les comptes des réseaux sociaux doivent en effet être gérés en permanence de façon adéquate.

Il ne suffit pas de mettre les discours en ligne pour assurer leur diffusion. Dans les quatre projets pilotes, les statistiques d'accès ont été plus élevées lorsque l'on a eu recours à des publicités payantes. Signalons toutefois que ces statistiques ne fournissent aucune indication sur la mesure dans laquelle les internautes se sont réellement intéressés au sujet. Les discours ont été peu commentés et n'ont guère suscité de débats ; quand ils l'ont fait, il s'agissait de sujets polémiques (comme le soldat dans l'épisode 3 « Landesverteidiger » [Défenseur de la patrie] de SwissMuslimStories). Toutefois, les réactions des adolescents et des jeunes adultes durant l'évaluation ont clairement montré qu'il ne faut pas avoir d'attentes démesurées à cet égard. Les

L'effet dépend de facteurs tels que la forme, le contenu ou la longueur des discours.

jeunes, qui attachent en effet beaucoup d'importance à l'image qu'ils donnent d'eux-mêmes sur la Toile, seront plutôt réticents à évaluer, commenter ou transmettre des contenus sur certains sujets. En outre, les habitudes de navigation évoluent au gré de tendances générales et de la classe d'âge. Ainsi, si Facebook n'a plus du tout la cote auprès des moins de 18 ans, il reste très prisé des jeunes adultes.

S'agissant des groupes cibles, les statistiques de diffusion généralement faibles laissent penser que les discours n'ont guère atteint un public plus large. Pour garantir une diffusion supplémentaire (après la conclusion de la phase pilote), les responsables de projet envisagent aussi d'avoir recours à des mesures hors ligne, comme la projection des vidéos dans des cinémas ou lors d'une manifestation suivie d'une table ronde, la réalisation d'ateliers dans des centres de loisirs ou l'utilisation des discours dans un cadre scolaire (voir également le chapitre 6).

Estimation et mesure de l'effet des discours sur les groupes cibles

Que les messages véhiculés soient réellement compris et qu'ils produisent l'effet voulu dépend de facteurs tels que la forme, le contenu ou la longueur des discours.

Les récits personnels, mettant en scène de vrais visages et des émotions visibles (SwissMuslimStories), ont mieux passé la rampe que les vidéos didactiques (KnowIslam) et les clips en dessins animés (*motion comics*, Winfluence). Les dessins animés ont dû composer avec une contradiction interne : si, en raison de leur forme, ils s'adressaient plutôt à des enfants, la compréhension de leur contenu exigeait en revanche une certaine maturité cognitive.

Les internautes n'ont souvent pas regardé jusqu'à la fin les vidéos d'une certaine longueur. En outre, si le plaisir procuré par un discours joue un rôle dans sa diffusion, les contenus amusants doivent toutefois être utilisés avec prudence, car

le sens de l'humour varie énormément d'un individu à l'autre. Il faut ainsi être vigilants pour éviter tout mal-entendu, voire des réactions de rejet, qui peuvent être contraires au but visé.

Le projet KnowIslam a par ailleurs montré toute la difficulté qu'il y a à transmettre des notions religieuses de façon adaptée aux jeunes : ses simplifications opérées par souci d'intelligibilité ne résistent pas toutes à une analyse théologique. Par ailleurs, les discours produits dans le cadre de ce projet ont été davantage appréciés par les jeunes musulmans, en particulier en raison de l'image positive qu'ils donnent de l'islam.

Pour l'ensemble des projets, la question est de savoir si les contre-discours et les discours alternatifs peuvent être compris correctement et produire leurs effets sans faire partie d'un paquet de mesures plus vaste (voir à cet égard les éléments pratiques au chap. 6). S'il est trop tôt pour se prononcer définitivement sur l'effet préventif des discours contre les dérives extrémistes et en faveur de la tolérance, les résultats de l'évaluation laissent néanmoins penser qu'ils pourraient faire de bonnes mesures de prévention.



Facteurs ayant contribué à la réussite des projets

Comment les quatre projets pilotes ont-ils surmonté ces difficultés ? Quelles stratégies se sont révélées efficaces ?

En dépit de l'hétérogénéité des démarches choisies par les responsables de projet, il est possible d'identifier cinq facteurs grâce auxquels le bilan de l'ensemble du programme s'est avéré somme toute positif.

Les facteurs de succès

- Clarté dans la conception
- Existence d'un réseau bien établi
- Compétences en gestion de projets
- Participation des adolescents et des jeunes adultes
- Compétences externes

Avant de préciser ces facteurs dans les pages qui suivent, signalons qu'en fin de compte aucun projet n'aurait abouti sans le dévouement des personnes engagées qui, dans la plupart des cas, y ont consacré bien plus de temps que prévu. Les personnes impliquées ont par ailleurs dû faire preuve d'ouverture et de capacité à expérimenter, mais aussi de souplesse face aux imprévus.

Clarté dans la conception

En dépit de l'absence presque totale d'expériences dans le domaine des contre-discours et des discours alternatifs en Suisse, les responsables des projets avaient des idées très précises de ce qu'ils voulaient réaliser. Ils se sont notamment inspirés de projets de contre-discours menés dans d'autres pays.

Un facteur s'est révélé essentiel : le projet doit être conçu de manière à définir clairement son organisation, ses objectifs, sa démarche et son financement et à tenir compte des difficultés. Il est ainsi recommandé de délimiter clairement les rôles de toutes les parties prenantes, tant

internes qu'externes. Il s'agit aussi de partager la même idée du projet, de clarifier les attentes et de formuler les tâches de façon contraignante. S'agissant des objectifs, il convient de faire preuve de réalisme et de se concentrer sur quelques buts concrets. La désignation d'un interlocuteur principal et l'adoption d'un plan de communication facilitent l'échange d'informations et la coordination des positions. Sans oublier les relations publiques : des objectifs clairs, des règles et des accords sont ici aussi indispensables.

Existence d'un réseau bien établi

La réalisation des projets pilotes a été particulièrement aboutie lorsque le projet disposait à l'origine d'un vaste réseau d'organisations de soutien et de personnes engagées. Un réseau de ce genre s'avère important dans plusieurs phases du projet, mais en particulier, selon l'évaluation, lors du recrutement des adolescents et des jeunes adultes et lors de la diffusion des discours. Les responsables du projet SwissMuslimStories ont ainsi fait jouer leurs réseaux personnels et leur rattachement à des associations et fédérations musulmanes pour trouver des protagonistes appropriés. Ils ont aussi demandé aux institutions de faire office de multiplicateurs et de partager les vidéos, ce qui a permis de créer une communauté sur Facebook. Dans le cas de Winfluence, les responsables ont tiré parti de leur collaboration avec l'association JASS pour soutenir les activités en ligne. Les expériences faites par les projets KnowIslam et PositivIslam ont par ailleurs montré l'importance d'un engagement fort et durable des partenaires et des membres du réseau : il convient donc de définir le plus tôt possible le modèle de collaboration et les attentes qui y sont liées.

Compétences en gestion de projets

Eu égard à la complexité de la situation, il était clair que les chefs de projets devaient disposer de vastes compétences en matière de gestion de projet, et cela dès les phases de lancement et de planification et jusqu'à l'évaluation – pour en tirer des enseignements – en passant par la réalisation, le pilotage et le contrôle.

Quand il s'agit de déterminer les objectifs et les produits à réaliser, quantité et qualité ne vont pas de pair. Mieux vaut opter pour un nombre plutôt réduit de discours d'excellente facture et n'utiliser pour leur diffusion que quelques canaux bien choisis. Lorsque le projet répond à un appel d'offres lancé par une autorité ou une institution privée, la formulation d'objectifs réalistes permet d'éviter de le « surcharger ». Organisation, structure et culture du projet doivent satisfaire aux exigences du contexte et, le cas échéant, de l'appel d'offres. Un suivi interne périodique permet de garantir que le projet tient le bon cap et de procéder en temps voulu aux ajustements nécessaires. Enfin, il faut s'assurer de disposer des infrastructures nécessaires à la réalisation du projet et de ressources en suffisance.

Participation des adolescents et des jeunes adultes

La participation des adolescents et des jeunes adultes constitue à la fois l'une des difficultés des projets, comme nous l'avons expliqué ci-dessus, et l'un de leurs principaux facteurs de succès. Les projets qui ont réussi à les motiver à participer ont suscité des réactions tout à fait positives :

- Les adolescents et les jeunes adultes ont beaucoup apprécié d'être associés au déroulement des projets et de pouvoir participer à la production des contenus, que ce soit comme acteurs, blogueurs ou participants à un atelier.
- Les participants ont acquis des connaissances et ont été sensibilisés aux thèmes traités, surtout lorsqu'ils ont joué un rôle actif.
- Les discours ont gagné en authenticité grâce à l'implication des adolescents et des jeunes adultes.

Sur la base des expériences faites – signalons que les adolescents et les jeunes adultes ont accompli des tâches différentes selon les projets –, différentes réflexions s'imposent dès la phase de lancement d'un projet en ce qui concerne leur participation :

- L'organisation et la structure doivent être particulièrement bien définies lorsque les adolescents et les jeunes adultes jouent un rôle clé dans le projet, mais il n'est pas nécessaire de les associer à chaque phase du projet ; il peut aussi être utile, en fonction des caractéristiques de chaque projet, de leur attribuer une fonction consultative (pour l'ensemble du projet ou pour certaines phases).
- Plus les attentes envers les adolescents et les jeunes adultes sont élevées, plus il est important de leur fournir les connaissances nécessaires. Les cours et ateliers organisés à l'intention des blogueurs du projet Positiv-Islam se sont ainsi avérés utiles et importants, car ils ont permis aux participants, selon leurs dires, de mieux comprendre le processus de radicalisation, le fonctionnement de la propagande djihadiste et la façon d'y réagir. Par ailleurs, grâce aux échanges, ils ont pu améliorer encore leurs méthodes de travail et la qualité de leurs articles. Dans le cas de Winfluence, des interventions d'experts ont préparé les jeunes adultes à la diffusion des discours sur Internet, ce qui leur a permis, dans ce cas aussi, d'acquérir des connaissances spécifiques.
- La participation des adolescents et des jeunes adultes peut devenir un dilemme lorsque le projet est ainsi conçu que les jeunes sont amenés à s'exposer. Chaque

La participation des jeunes constitue l'un des principaux facteurs de succès.

projet pilote a résolu cette difficulté à sa manière. Les responsables de SwissMuslimStories ont retenu de jeunes adultes disposés à présenter leur récit à visage découvert et sans pseudonyme. En revanche, les blogueurs de PositivIslam ont utilisé un nom de plume pour publier leurs articles. Enfin, dans le cas de Winfluence, la décision d'utiliser des figures d'animaux dans les dessins animés pour préserver l'anonymat a déçu quelques jeunes qui avaient supposé qu'ils seraient reconnaissables malgré le décalage avec la réalité.

- Demander à des adolescents et à de jeunes adultes de consacrer une partie de leur temps libre à l'élaboration de discours n'est pas gagné d'avance. Leurs motivations étaient très variées : certains avaient vécu eux-mêmes des expériences négatives (exclusion ou discours haineux), d'autres étaient convaincus de l'importance des sujets abordés pour notre société et tenaient à faire preuve de courage civique. Pour motiver et encourager les jeunes à participer, il peut être utile d'avoir recours à des incitations de nature soit immatérielle (les jeunes sont associés au projet dès les premières phases et y jouent un rôle central), soit matérielle (sous la forme d'une indemnité financière).

Compétences externes

Dans tous les projets pilotes, le recours à des experts externes pour la réalisation des principales phases s'est révélé décisif, ce qui n'est guère étonnant si l'on pense à la diversité des domaines qui entrent en jeu dans des projets de contre-discours et de discours alternatifs. Il faut en effet disposer de connaissances spécifiques notamment en matière d'extrémisme et de radicalisation, d'animation jeunesse, de médias numériques, de communication et de marketing, voire, selon les projets, dans d'autres domaines encore : des équipes de projet ont notamment fait appel à un réalisateur (SwissMuslimStories), à une dessinatrice et à une pédagogue du théâtre (Winfluence). L'examen avant diffusion, par des experts indépendants, des discours produits a lui aussi été décisif.

Il convient de souligner que pour pouvoir faire appel à des experts externes, il faut déjà avoir budgétisé suffisamment de ressources lors de la phase de conception du projet.



05_CRITÈRES DE QUALITÉ ET RECOMMANDATIONS

L'évaluation des projets pilotes a dégagé aussi bien les difficultés rencontrées lors de leur réalisation que les facteurs qui ont contribué à leur réussite. Elle permet ainsi de définir, sinon un modèle de bonnes pratiques valable pour toutes les situations, du moins des critères de qualité et des recommandations servant de guide et de soutien pour les organisations de la société civile, les professionnels du domaine et les autorités qui entendent lancer leurs propres projets.

Les *tableaux 1 à 4* présentent ces critères de qualité, assortis de recommandations et de questions susceptibles de servir de repères. Divisés en trois phases – préparation (lancement et conception), mise en œuvre et résultats –, ils s'adressent aux destinataires suivants :

- Tableau 1 : autorités et financeurs
- Tableau 2 : responsables de projet
- Tableau 3 : groupe d'experts
- Tableau 4 : équipe d'évaluation

Quant au *tableau synoptique* des pages 38/39, il récapitule les responsabilités et les tâches des différentes parties prenantes lors de chaque phase du projet. À l'instar des projets pilotes, qui différaient considérablement par leur nature et leur structure, les futurs projets auront aussi leurs propres spécificités, qui exigeront d'adapter la démarche.

Nous tenons à signaler que les recommandations se rapportent à toutes les formes de radicalisation. Les projets pilotes s'inscrivaient certes dans le cadre de l'extrémisme islamiste, mais cela ne signifie pas pour autant que l'approche des contre-discours et des discours alternatifs ne soit pas applicable à d'autres phénomènes extrémistes. Il est souhaitable que des projets qui luttent contre la radicalisation extrémiste de droite ou de gauche voient aussi le jour, ne serait-ce que pour tirer davantage d'enseignements sur l'effet préventif de ce genre de discours en Suisse.

Tableau 1 : autorités et financeurs

	Critère de qualité	Recommandations
Préparation (lancement)	Encouragement étatique, autonomie dans la réalisation	Les organismes publics (Confédération, cantons et communes) peuvent et devraient encourager les projets qui défendent la démocratie, la diversité et la tolérance, mais la réalisation de ces projets devrait être confiée à des organisations indépendantes. À cet égard, il faut déterminer non seulement dans quelle mesure les mandants s'impliquent dans le projet, mais aussi leur degré de visibilité et les moyens mis en œuvre pour l'assurer, car cela peut exercer une influence sur la perception et l'impact des discours.
	Définir des consignes claires	Les exigences consignées dans un appel d'offres font office de lignes directrices pour la formulation des objectifs et la conception des projets. Dans un souci de réalisme, il est important de définir des consignes claires et succinctes. Ces indications doivent permettre aux responsables des projets de cerner les responsabilités et les tâches concrètes qui leur incomberont et les ressources (temps, personnel, contenus et finances) qui seront requises.
	Définir le processus et les critères de validation	Si tout projet mérite d'être validé par des experts externes afin d'en garantir la qualité et d'éviter des effets indésirables, il semble d'autant plus important de le faire en cas de projets financés par les pouvoirs publics. Ce processus doit être planifié, c'est-à-dire qu'il faut en déterminer la méthodologie, les responsables et les critères. Une possibilité consiste à soumettre les premiers discours à un examen et à un débat approfondi, puis, sur cette base, à arrêter des normes pour les discours suivants. Cette procédure peut aussi s'avérer utile lorsqu'il s'agit de renouveler les contenus à un rythme relativement rapide.
	Planifier une évaluation ou la demander aux responsables de projet	Il sera aussi nécessaire d'évaluer les futurs projets afin de collecter des données supplémentaires sur l'effet préventif des discours. Le concept et le mandat d'évaluation peuvent être préparés soit par le bailleur de fonds, soit par les responsables de projet. L'évaluation peut être formative, sommative ou présenter une combinaison de ces deux types.
	Mettre les ressources à disposition	La réalisation de projets de discours demande des ressources suffisantes. En particulier, il est illusoire de supposer que l'équipe de projet réunisse toutes les compétences nécessaires.
Réalisation	Accompagner les responsables de projet en leur fournissant le soutien nécessaire	Le soutien apporté aux responsables de projet peut prendre plusieurs formes : conseils et feedbacks, organisation de rencontres d'échange entre professionnels et mise en réseau avec des acteurs utiles à la mise en œuvre des projets.
	Valider les discours	Les services étatiques devraient être responsables de la validation des discours, en collaboration avec les experts. L'analyse se fait sur la base de critères fixés au préalable.
	Accompagner l'évaluation	Surtout pour l'évaluation formative, l'équipe d'évaluation doit, dès le début du projet, avoir accès à toutes les informations et personnes pertinentes. D'éventuelles adaptations doivent se faire d'entente avec les responsables de l'évaluation et du projet et les autorités.
Résultats	Diffuser les résultats, les enseignements tirés et les recommandations et assurer la transmission de connaissances	Il faut assurer aux discours ainsi qu'aux résultats de l'évaluation et aux recommandations la diffusion la plus large possible. Il est utile à cette fin d'utiliser le réseau de l'institution publique et les canaux de communication en ligne et hors ligne. La même recommandation vaut pour la transmission des connaissances aux professionnels actifs sur le terrain : elle peut se faire par exemple en mettant à la disposition des écoles et des services d'animation jeunesse des recommandations pédagogiques sur la façon d'utiliser les discours.

Questions

- Quelle influence voulons-nous exercer en notre qualité de mandant et de bailleur de fonds ?
- Comment apparaissent les porteurs de projets et les organismes de soutien/financement (sur le site Internet, sur chaque vidéo, etc.) ? Quelles en sont les conséquences sur l'accueil réservé aux discours ?
- Avant l'adjudication du mandat : dans quelle mesure l'organisation est-elle indépendante et neutre sur le plan idéologique ? Est-elle adéquate en ce sens pour réaliser un projet ?

- Quelles exigences faut-il absolument formuler s'agissant des conditions formelles, des objectifs, de la structure du projet, des connaissances, du contenu et de la réalisation ?
- Dans quels domaines pouvons-nous et voulons-nous accorder une latitude décisionnelle aux responsables de projet ?
- Le calendrier de réalisation est-il réaliste et suffisamment souple pour tenir compte des imprévus ?
- Les responsables du projet ont-ils conscience de toutes les tâches qu'ils devront accomplir et du travail que cela implique ?

- Quelles compétences sont importantes pour la validation, par ex. thématiques (extrémisme et radicalisation) ou formelles (communication, marketing, réseaux sociaux) ?
- Qui pourrait intervenir comme expert ? Comment les experts sont-ils associés à la démarche ?
- Quelle est la procédure de validation ? Sur quels critères se base la validation ?
- Quels en sont les effets sur le projet (pour les responsables du projet et pour le processus dans son ensemble) ?

- Planifions-nous l'évaluation nous-mêmes, en notre qualité de mandant ou de financeur, ou la confions-nous aux responsables de projet ?
- L'évaluation est-elle interne au projet ou externe ?
- Quel est le but de l'évaluation ? Quelle approche convient le mieux au but visé ?
- À quelles questions concrètes l'évaluation doit-elle répondre ?
- Quelles ressources financières et en personnel faut-il prévoir ?

- Quelles ressources pouvons-nous mettre à la disposition des projets ?
- Les moyens financiers octroyés sont-ils suffisants pour faire appel à des spécialistes externes ?

- Comment pouvons-nous apporter le meilleur soutien possible aux responsables de projet durant la réalisation ?
- Quelles prestations pouvons-nous assurer, que les responsables de projet ne peuvent fournir ?
- Quels contacts avons-nous, à l'échelle locale, nationale et internationale, pour mettre sur pied un échange entre professionnels ?

- Que faire pour que le processus de validation soit efficient ?
- Comment nous mettons-nous d'accord avec les experts ?

- Quelles informations sont nécessaires à l'évaluation ?
- Quelles personnes peuvent fournir ces informations ?
- Comment les propositions d'amélioration sont-elles transmises et mises en œuvre ?

- Quelles mesures prendre pour faire connaître les résultats des projets et de leur évaluation ?
- Dans notre réseau, quelles organisations et institutions peuvent contribuer à la diffusion des discours ?
- Comment assurer que les connaissances acquises parviennent aux professionnels sur le terrain ?
- De quoi ont besoin les professionnels des écoles et de l'animation jeunesse pour utiliser les discours ?

Tableau 2 : responsables de projet

Critère de qualité	Recommandations
Préparation (conception)	<p>Définir des objectifs réalistes</p> <p>Pour des raisons de faisabilité, il est préférable de se limiter à quelques objectifs et aux groupes cibles principaux.</p>
	<p>Définir l'organisation</p> <p>Il est essentiel de définir clairement les tâches et les rôles de toutes les parties prenantes. À cet égard, il est recommandé de cerner suffisamment tôt les attentes, de déterminer les diverses modalités d'engagement (engagement fixe, bénévolat ou rétribution par des honoraires) et de consigner les responsabilités dans un document. S'il y a des mandants externes, il faut aussi définir leur rôle.</p> <p>La personne responsable du projet devrait avoir de solides compétences de gestion. La stratégie de communication doit d'une part être définie en interne en déterminant les modalités et la fréquence des échanges, et en désignant un interlocuteur principal lorsqu'il y a plusieurs responsables ; d'autre part, il faut clarifier l'usage combiné de différents modes de communication externe, par exemple le travail avec les médias traditionnels et le marketing sur les réseaux sociaux.</p>
	<p>Faire appel à des compétences externes</p> <p>Le recours à des experts externes est souhaitable ou indispensable, en fonction de l'idée à la base du projet et de la composition de l'équipe. À cet égard, il faut définir, outre les disciplines requises, les rôles et les responsabilités des experts et tenir compte de l'effet de leur intervention sur l'ensemble de la démarche. L'une des possibilités est de faire appel à des experts de façon ponctuelle, pour la réalisation technique des discours, des activités de marketing, la collaboration avec les adolescents et les jeunes adultes ou l'évaluation de l'effet préventif des discours. L'autre est de s'adjoindre des experts qui accompagnent l'équipe du projet tout au long du processus ou jouent le rôle d'organe consultatif externe.</p>
	<p>S'assurer de disposer de ressources suffisantes (fonds, personnel et temps)</p> <p>Lors de la planification des projets de discours, il faut veiller à disposer de moyens financiers en suffisance, un aspect important notamment pour pouvoir faire appel à des experts et investir dans le marketing (pour la publicité sur les réseaux sociaux, par ex.).</p>
	<p>Faire jouer les réseaux en ligne et hors ligne</p> <p>Les réseaux sont une ressource importante, qui peut être déterminante pour la réussite des projets. Les contacts avec des organisations et des particuliers, ainsi que les alliances en place, peuvent être utiles pour recruter les adolescents et les jeunes adultes, pour trouver des multiplicateurs et pour se procurer des compétences spécialisées, de sorte qu'il vaut la peine d'associer rapidement son réseau au projet.</p>
	<p>Participation des adolescents et des jeunes adultes : définir les rôles, les tâches et les attentes</p> <p>Dès l'étude de l'idée du projet et sa conception, il y a lieu de définir la façon dont les adolescents et les jeunes adultes seront associés à la démarche et de décider s'ils joueront un rôle de premier plan dans la production et la diffusion des discours ou s'ils accompliront plutôt une fonction consultative. Dans un cas comme dans l'autre, il faut définir et présenter clairement les attentes liées au rôle qui leur est dévolu.</p>
	<p>Définir les modalités de recrutement des adolescents et des jeunes adultes</p> <p>Pour recruter des adolescents et de jeunes adultes motivés, il est utile de pouvoir faire appel à un réseau existant. À défaut, il faut concevoir d'autres stratégies ou tirer parti des intérêts connus des jeunes (orientation professionnelle, théâtre, manifestations, etc.). Surtout s'ils sont amenés à jouer un rôle de premier plan, il faut que les jeunes aient déjà été recrutés au début du projet (phase de conception).</p>

Questions

- Quelle est la finalité de notre projet ? Quels en sont les objectifs ?
- Quel impact voulons-nous obtenir ?
- Quel est notre groupe cible primaire ? Quel est le profil exact de ce groupe-cible ? Quels individus le composent ? Quelles sont ses attentes vis-à-vis de la thématique ? Y a-t-il des groupes cibles secondaires ?
- Quelles sont les principales étapes du projet ?

- Qui amène les compétences de gestion de projets nécessaires pour diriger le projet ?
- Qui fait partie de l'équipe du projet ?
- Quelle est la répartition des tâches ?
- Quels sont les avantages et inconvénients des différents types de rapports de travail ? Quelle sera la modalité retenue ?
- Quelles sont les attentes des personnes et organisations impliquées ainsi que des mandants et des financeurs ?
- Quelle sera la stratégie de communication, notamment pour l'échange interne, la gestion de l'information et le marketing du projet ? Quelles sont les connexions dont il faut tenir compte ?
- À quels intervalles et à quels moments faut-il communiquer ?

- De quelles compétences avons-nous besoin pour la mise en œuvre ?
- Quelles compétences devons-nous chercher en dehors de l'équipe ?
- Le recours à ces compétences sera-t-il ponctuel ou permanent ?

- De quels moyens financiers disposons-nous ?
- Le budget est-il réaliste ?
- Prévoit-il une réserve pour les imprévus ?

- De quels contacts utiles avec des institutions, des organisations et des particuliers disposons-nous ?
- Pour quelles activités pourrions-nous mettre notre réseau à contribution ?
- Quelle utilité nos interlocuteurs peuvent-ils retirer d'une coopération ? Quel intérêt peuvent-ils y avoir ?
- Quand établirons-nous le contact avec notre réseau ? De quelle façon ?

- Quel rôle les adolescents et les jeunes adultes joueront-ils dans le projet ?
- Quelles tâches implique ce rôle et quel est l'engagement attendu des jeunes, notamment en temps ?
- Les exigences sont-elles raisonnables compte tenu du degré de maturité des adolescents et des jeunes adultes (concernant les thèmes religieux, par ex.) ?
- Comment s'assurer que les adolescents et les jeunes adultes savent ce qui les attend et ce que l'on attend d'eux ?
- Quelles attentes les adolescents et les jeunes adultes nourrissent-ils ?

- Comment trouver des adolescents et de jeunes adultes qui satisfont à nos exigences ?
- Quels réseaux et quels autres canaux pouvons-nous utiliser à cette fin ?
- Comment associons-nous les jeunes au projet ? À partir de quel stade ?
- Quel avantage les adolescents et les jeunes adultes retirent-ils de leur participation ?

Tableau 2 : responsables de projet

Critère de qualité	Recommandations
Réalisation	S'assurer de l'engagement des adolescents et des jeunes adultes Les adolescents et les jeunes adultes peuvent se sentir déjà très motivés par le simple fait de jouer un rôle de premier plan. Toutefois, selon les tâches et le temps requis, il faudrait envisager d'autres contreparties (par ex. prévoir des incitations financières, reconnaître comme stage les tâches réalisées, délivrer un certificat de travail ou une attestation de participation, etc.). Des incitations financières peuvent néanmoins fausser la collaboration.
Garantir aux adolescents et aux jeunes adultes une préparation et un suivi de qualité	Les adolescents et les jeunes adultes doivent bénéficier d'un soutien et d'un accompagnement adéquats pour assumer leur rôle. Du fait de la complexité de la thématique liée à l'extrémisme et à la radicalisation et de l'approche, il semble important de s'entendre sur les notions de base et de garantir une base commune de connaissances. Il s'agit de fournir aux participants des informations de fond (d'ordre général et propres au contexte), de leur donner la possibilité de poser des questions et de garantir un climat propice aux échanges, ce qui peut demander beaucoup de temps. Il convient aussi de prendre en compte le fait que bien des personnes sont mal à l'aise lorsqu'il s'agit d'aborder des sujets liés à la religion et à l'extrémisme.
Protéger la personnalité des adolescents et des jeunes adultes	En fonction du degré d'engagement des jeunes et de leur rôle, il faut se demander dans quelle mesure ils s'exposent et s'ils sont d'accord de le faire. Il faut réfléchir déjà en amont du projet à cette relation entre la participation et la visibilité qui en découle, en particulier pour les personnes de moins de 18 ans. Si nécessaire, il faut prendre des dispositions pour protéger les adolescents et les jeunes adultes des éventuelles conséquences négatives.
Tenir compte des facteurs augmentant l'efficacité	Pour que les discours retiennent l'attention, soient compris et déploient l'effet préventif espéré, il faut surtout que le contenu, la forme et le ton employés soient adaptés au groupe cible. Les éléments suivants ont fait leurs preuves : – personnes et récits authentiques – visuel en phase avec le fond sonore – incitation à la réflexion à l'aide de questions, de slogans ou de hashtags – thèmes controversés ou mise en scène provocatrice
Garantir le pilotage et le contrôle du projet	Comme pour tout projet, il est recommandé de disposer d'un système de pilotage et de contrôle afin d'identifier à temps les problèmes qui se présentent et d'adopter les mesures de correction qui s'imposent.
Intégrer les recommandations de l'évaluation formative	Dans tout projet qui fait l'objet d'une évaluation formative, les responsables doivent faire preuve de l'ouverture et de la souplesse voulues pour le modifier en cours d'exécution si nécessaire. En fonction des objectifs du projet, les propositions d'amélioration peuvent concerner tous les domaines, de la planification au contenu des discours, en passant par l'organisation, les ressources et les mesures.
Résultats	Se concentrer sur un nombre réduit de canaux de diffusion Pour la diffusion des messages, il faut non seulement créer un site internet, mais aussi utiliser d'autres canaux en ligne, que l'on choisira en fonction des habitudes de navigation du groupe cible. Il faut aussi tenir compte du temps requis pour gérer les comptes, y compris après la fin du projet. Il ne semble avisé d'avoir plus de deux comptes sur des réseaux en ligne que si des ressources suffisantes sont à disposition. Il s'est avéré utile de consacrer des fonds à la diffusion des discours, par exemple en louant des bannières publicitaires sur Facebook.
Rester flexibles	S'il faut choisir les principaux réseaux sociaux en fonction des groupes cibles définis, il ne faut pas oublier que les tendances et les habitudes de navigation évoluent. Les projets doivent donc rester toujours suffisamment souples pour réagir aux nouveautés et pouvoir changer de canaux.
Compléter le marketing en ligne par des activités hors ligne	Les activités en ligne ne suffisant pas à garantir la diffusion des discours, il faut les compléter par des activités hors ligne. Dans ce cas également, il faut réfléchir suffisamment tôt à la meilleure façon d'atteindre le groupe cible et aux espaces qui s'y prêtent le mieux. Il est ainsi possible de coopérer avec d'autres organisations ou de proposer des ateliers, des débats ou du matériel pédagogique pour les écoles et les centres d'animation.

Questions

- Comment garantir que les adolescents et les jeunes adultes feront preuve d'un engagement suffisant, aussi sur la durée ?
- Si leur motivation baisse, quelles incitations sont nécessaires pour la maintenir ?
- De quelle façon les incitations peuvent-elles influencer sur l'implication des jeunes ?

- Comment préparons-nous les adolescents et les jeunes adultes à leur rôle ?
- Que doivent-ils savoir pour pouvoir accomplir leurs tâches (sur le sujet, sur les aspects formels, etc.) ? Comment leur transmettons-nous ces connaissances ?
- Comment assurer aux jeunes un accompagnement optimal durant le projet ?
- Qui est leur interlocuteur ?

- Dans quelle mesure les adolescents et les jeunes adultes s'exposent-ils en participant au projet ?
- Quelles sont les conséquences de cette visibilité ? En sont-ils conscients ? Sont-ils d'accord de s'exposer ainsi ?
- Comment pouvons-nous les protéger des conséquences négatives ?

- Quels facteurs d'efficience sont adaptés à notre projet ?
- La conception de notre projet est-elle réellement optimale compte tenu de ces facteurs ?
- Comment peut-on renforcer l'impact sur le ou les groupes cibles ?

- Sommes-nous sur la bonne voie ?
- Franchissons-nous les étapes et atteignons-nous les objectifs comme prévu ?
- Quelles sont les difficultés et comment les surmontons-nous ?
- Comment faire pour que des ajustements du projet soient possibles en cours de réalisation ?

- Quels sont les réseaux en ligne les plus utilisés par notre groupe cible ?
- De quelles ressources disposons-nous pour gérer les comptes ?
- Quels moyens financiers pouvons-nous consacrer à la publicité ? Quels espaces sont les plus rentables ?
- Que se passera-t-il après le projet ? Les comptes et le site Internet continueront-ils à être gérés ?

- Quelles sont les habitudes de navigation du ou des groupes cibles ? Comment évolueront-elles ?
- Comment nous assurons-nous de rester à la page ?

- Quels canaux hors ligne utilisons-nous pour diffuser les discours ?
- Quelle est la meilleure façon d'atteindre notre ou nos groupes cibles ?
- Comment pouvons-nous tirer parti de notre réseau ?
- Quelles autres coopérations sont possibles ?
- De quels moyens financiers disposons-nous ?

Tableau 3 : groupe d'experts

	Critère de qualité	Recommandation
Préparation	Conseiller les autorités lors de l'appel d'offres, la planification et la sélection	Il est souhaitable de faire appel à des experts indépendants déjà lors des stades préliminaires afin de formuler des consignes claires en matière de conception du projet et d'assurance-qualité. Grâce à leurs connaissances provenant de diverses disciplines, ces experts peuvent apporter un soutien aux autorités dans les phases de mise au concours, de planification (évaluation comprise) et de sélection des projets.
Réalisation	Faire bénéficier les projets et leur évaluation du suivi des experts	Il est souhaitable, surtout si l'évaluation est de type plutôt sommatif, que les experts conseillent l'équipe de projet aussi durant la réalisation. Si l'évaluation est de type formatif, l'appréciation des experts sur les processus du projet sera d'un grand secours pour l'équipe d'évaluation.
	Valider les discours	Les experts sont responsables de la validation des discours, en collaboration avec les autorités. L'analyse se fait sur la base de critères fixés au préalable.
Résultats	Diffuser les discours et favoriser la transmission de connaissances	Les experts peuvent diffuser les discours sur leurs réseaux (en ligne et hors ligne) et contribuer à transmettre les connaissances acquises au sein de leurs domaines de spécialisation.

Tableau 4 : équipe d'évaluation

	Critère de qualité	Recommandation
Préparation	Élaborer le concept d'évaluation	Il est souhaitable que les futurs projets soient eux aussi suivis au moyen d'une méthodologie appropriée. Pour cerner encore mieux leur efficacité, la priorité doit aller à des évaluations sommatives et, en particulier, à des analyses d'impact.
Réalisation	Évaluer	L'évaluation de la phase de réalisation se fait conformément au concept d'évaluation, en y associant les autorités, les responsables du projet et les experts. Si l'évaluation sommative fait un bilan des résultats obtenus au terme du projet en les comparant aux questions initiales, l'approche formative a en revanche pour but de promouvoir des processus d'apprentissage et d'optimisation.
Résultats	Publier et diffuser les résultats de l'évaluation et promouvoir la transmission de connaissances	L'organisation chargée de l'évaluation peut elle aussi utiliser ses réseaux (en ligne et hors ligne) pour assurer une large diffusion des conclusions et transmettre les connaissances obtenues à d'autres instituts de recherche.

Questions

- Quels facteurs faut-il prendre en considération lors du lancement du projet ?
- À quels aspects faut-il prêter attention lors de l'appel d'offres ?
- Quels sont les critères prioritaires lors de la sélection des projets ?
- Sur quels aspects faut-il mettre l'accent lors de l'évaluation ?

- La réalisation est-elle optimale dans l'optique des experts ?
- En quoi peut-elle être améliorée ?

- Les discours sont-ils en adéquation avec le groupe cible ?
- Sont-ils compréhensibles ?
- Leur contenu est-il approprié ?

- Dans notre réseau, quelles organisations et institutions peuvent apporter leur concours à la diffusion des discours ?
- Quelles mesures sont utiles pour faire connaître les résultats de l'évaluation ?
- Comment assurer que les connaissances acquises parviennent aux professionnels sur le terrain ?

Questions

- Quelles consignes ont été données pour l'évaluation ?
- Quelle méthodologie mettre en place pour atteindre les buts de l'évaluation ?
- À quelles questions faut-il répondre ?
- De quelles informations faut-il disposer pour y répondre ?
- Comment réaliser l'évaluation formative afin qu'elle soit le plus utile possible à la réalisation du projet ?

- Dans quelle mesure l'idée et la conception du projet permettent-elles d'atteindre les objectifs formulés ?
- Dans quelle mesure l'approche, la méthodologie, les processus et les messages sont-ils aptes à atteindre le ou les groupes cibles ?
- Quel est le degré de réalisation des objectifs ?
- Le projet a-t-il abouti à des résultats inattendus ou indésirables ?
- Qu'est-ce qui s'est avéré favorable à sa réalisation ? Qu'est-ce qui s'est avéré défavorable ?
- Quels ajustements ou améliorations faudra-t-il apporter si le projet se poursuit ?
- Quelles conclusions en sont tirées, pour le projet et au-delà du projet également ?

- Quelles mesures sont utiles pour faire connaître les résultats de l'évaluation ?
- Comment assurer la transmission des connaissances à d'autres institutions et organisations ?

Tableau synoptique des rôles et des tâches

Préparation : Lancement / Appel d'offres / Conception

Autorités/financeurs (avec les experts)

- Définir les objectifs
- Suivre ce qui se fait à l'échelle internationale
- Définir les exigences et les conditions
- Susciter la réalisation de projets
- Mettre des ressources à disposition
- Planifier une évaluation ou demander aux responsables de projet de le faire

Responsables de projet

- Concevoir le projet :
 - Objectifs
 - Groupe cible
 - Organisation (y c. participation des adolescents et jeunes adultes)
 - Mesures
 - Financement
 - Calendrier
- Préparer ou prévoir l'évaluation

Réalisation : Production des discours / Évaluation des projets

Autorités/financeurs (avec les experts)

- Accompagner le projet en donnant des feedbacks
- Mettre son réseau à disposition
- Accompagner l'évaluation

Responsables de projet

- Mettre en œuvre et piloter les activités conformément à la conception du projet
- Garantir le pilotage et le contrôle du projet
- Faire jouer ses réseaux (en ligne et hors ligne)
- Observer les tendances et les habitudes de navigation du groupe cible
- Mettre à disposition de l'équipe d'évaluation toutes les informations concernant le projet

Résultats : Diffusion et utilisation des discours / Évaluation des projets / Diffusion des résultats

Autorités/financeurs (avec les experts)

- Publier et diffuser les résultats des projets et de l'évaluation
- Promouvoir la transmission de connaissances (conférences, publications, etc.)

Responsables de projet

- Mettre à disposition de l'équipe d'évaluation toutes les informations concernant le projet
- Présenter, diffuser et utiliser les résultats des projets et de l'évaluation
- Garantir la durabilité des projets
- Contribuer à l'utilisation pratique des discours (activités dans le cadre scolaire, dans l'animation jeunesse, par ex.)

**Adolescents et jeunes adultes
(avec les responsables de projet)**

- Participer à la formulation des idées
- Transmettre des connaissances concernant le groupe cible

**Experts
(avec autorités/financeurs)**

Accompagner l'appel d'offres, la planification de l'évaluation et la sélection des projets

**Adolescents et jeunes adultes
(avec les responsables de projet)**

Participer au projet selon le rôle prévu dans le concept :

- rôle actif (protagonistes, auteurs ou influenceurs)
- rôle consultatif

**Experts
(avec autorités/financeurs)**

- Valider le contenu des discours
- Mettre son réseau à disposition
- Accompagner l'évaluation, les projets ou les deux

**Adolescents et jeunes adultes
(avec les responsables de projet)**

- Fournir des renseignements pour l'évaluation
- Contribuer à l'utilisation pratique des discours (activités dans le cadre scolaire, dans l'animation jeunesse, par ex.)

**Experts
(avec autorités/financeurs)**

- Fournir des renseignements pour l'évaluation
- Utiliser et diffuser dans son réseau les résultats des projets et de l'évaluation

06_PISTES POUR L'UTILISATION DES DISCOURS DANS LA PRATIQUE

Les vidéos et autres contenus de propagande extrémiste étant très présents sur Internet, il ne faut pas sous-estimer le risque, pour un internaute, de tomber sur l'un d'eux sans le vouloir. Il apparaît donc d'autant plus important de sensibiliser les adolescents et les jeunes adultes à ce danger, de leur permettre d'exercer leur sens critique et de se faire une opinion nuancée. C'est ainsi qu'ils pourront se forger leur propre avis, développer une posture et s'impliquer concrètement. Ces compétences ne leur serviront pas seulement à prendre leurs distances avec les contenus extrémistes et radicalisants, mais aussi, de façon plus générale, à savoir gérer les médias numériques et les interactions sur les réseaux sociaux.

Avoir des compétences médiatiques signifie savoir utiliser des médias de manière consciente et surtout responsable. Le pédagogue des médias Heinz Moser distingue quatre types de compétences médiatiques :

Les compétences techniques

Qu'il s'agisse d'appareils ou de logiciels (ordinateurs, smartphones, applis, programmes, etc.), il est indispensable d'avoir certaines notions de base non seulement pour les utiliser, mais aussi pour en comprendre la terminologie.

Les compétences culturelles

Les médias numériques étant présents dans notre culture quotidienne, il s'agit d'une part d'acquérir des connaissances sur les différentes formes et moyens d'expression, afin de pouvoir utiliser de manière créative les possibilités à disposition, et d'autre part de s'y retrouver dans la jungle de contenus et d'informations.

Les compétences sociales

La communication et les relations personnelles sont des aspects essentiels dans l'utilisation des médias numériques, surtout pour les adolescents et les jeunes adultes. Ces derniers doivent apprendre à se mouvoir et à agir dans un monde dans lequel les espaces relationnels physiques et virtuels s'imbriquent toujours plus. Il s'agit notamment pour

eux d'adopter des règles de comportement garantissant le respect de l'Autre et d'être capables de se rendre compte lorsque les limites sont dépassées.

Les compétences réflexives

Les compétences réflexives comprennent tant la capacité à faire preuve d'autocritique envers sa propre utilisation des médias que l'examen critique des contenus médiatiques. Les adolescents et les jeunes adultes doivent apprendre à juger de l'objectivité et de la pertinence des informations et à mettre les choses en perspective. Ils doivent aussi comprendre le rôle des médias numériques et la manière dont ils sont utilisés pour servir des intérêts politiques, économiques et sociétaux.

Les discours produits peuvent, avec l'encadrement pédagogique nécessaire, offrir l'occasion de mener une réflexion sur l'extrémisme et la radicalisation, dans le cadre scolaire ou dans celui de l'animation jeunesse. Dans leur évaluation, les experts et les responsables de projet ont encouragé à continuer à utiliser les vidéos et les textes pour autant que l'on puisse exclure un effet contre-productif et que les contenus soient inattaquables du point de vue théologique notamment. Quant aux adolescents et aux jeunes adultes, ils ont vu d'un bon œil le fait de débattre de ces discours en classe par exemple. Ces projets étant limités dans le temps, il est par ailleurs aussi souhaitable, pour leur conférer un caractère durable, de prévoir de futures utilisations dans des cadres appropriés.

Pour pouvoir utiliser ces discours de manière adéquate, des compléments sont nécessaires, comme l'élaboration de matériel pédagogique, d'unités didactiques ou d'aides conçus pour d'autres activités destinées aux adolescents ou aux jeunes adultes. S'il n'est pas possible de présenter ici ces supports, voici tout de même quelques pistes pour utiliser ces discours dans la pratique.

Dans le cadre du projet CONTRA de l'Union européenne (*Countering Propaganda by Narration Towards Anti-Radical Awareness*), des modules de formation ont été élaborés pour l'enseignement scolaire afin de sensibiliser à la propagande extrémiste sur Internet. Un processus d'apprentissage en trois phases est prévu dans le but de favoriser les compétences médiatiques critiques des jeunes (#weARE).

- **Awareness** (prise de conscience) : attirer l'attention sur la problématique et y sensibiliser les jeunes
- **Reflexion** (réflexion) : exercer l'esprit critique et analytique
- **Empowerment** (responsabilisation) : aider à étayer son opinion et à la défendre

Une telle démarche a ses écueils : la discussion peut prendre une tournure indésirable, par exemple lorsque deux thématiques – religion et extrémisme – s'entremêlent, quand des opinions stéréotypées sont exprimées ou quand le débat devient fortement émotionnel ou politique. Nous estimons que ces démarches doivent se faire avec du personnel qualifié dès qu'y participent des personnes réceptives aux messages radicaux ou déjà en cours de radicalisation. (www.project-contra.org, en allemand)

Extrémisme et radicalisation : de multiples angles d'approche

Il est possible d'aborder la problématique de l'extrémisme et de la radicalisation avec les jeunes sous plusieurs angles :

Définition des notions d'« extrémisme » et de « radicalisation »

Qu'est-ce que l'extrémisme ? Quels en sont les différents courants ? Qu'est-ce qui caractérise une vision du monde extrémiste ? Quels buts poursuivent les groupements extrémistes ? Pourquoi sont-ils dangereux ? Qu'est-ce que la radicalisation ? Qu'est-ce qui amène des personnes à se radicaliser ?

La propagande et autres stratégies sur la Toile

Pour pouvoir faire preuve d'esprit critique envers les contenus extrémistes, les jeunes doivent savoir par quels moyens les groupements extrémistes propagent leurs messages et être conscients qu'ils peuvent s'y trouver confrontés même sans le vouloir. La propagande, les fausses nouvelles et les discours de haine comptent parmi

les formes de communication particulièrement appréciées des groupements extrémistes pour influencer les internautes. Dans ce domaine, les questions à poser peuvent être notamment les suivantes : comment reconnaître ces contenus ? À quels styles rhétoriques et visuels ont-ils recours ? Quel effet doivent-ils produire ? Qu'est-ce qu'ils génèrent en moi ?

Algorithmes et bulles de filtres

Nos recherches sur Internet, ce que nous likons ou commentons a un effet sur les contenus que vont nous proposer des plateformes comme YouTube, Facebook ou Google. Ces algorithmes, qui agissent en arrière-fond et passent totalement inaperçus, peuvent nous confiner à notre insu dans un cocon d'informations. Ce phénomène peut jouer un rôle dans les processus de radicalisation, puisque l'internaute reçoit de plus en plus de contenus problématiques. Il est par conséquent nécessaire d'en être conscient et de disposer de stratégies pour contrer l'effet des algorithmes. Dans ce domaine, les questions suivantes se posent : que sont les algorithmes et comment fonctionnent-ils ? En quoi peuvent-ils être problématiques ? Qu'est-ce

qu'une bulle de filtre ou un cocon d'informations? À quoi est-ce que je vois que je me trouve dans une bulle de filtre ? Que faire pour en sortir ?

L'État de droit, la démocratie et leurs valeurs

La pensée et l'action politiques ainsi que la capacité d'appréhender l'actualité pour se forger son opinion ne sont possibles qu'avec une certaine connaissance de cette forme de vie, de société et de monopole de la force qu'est la démocratie. Ici, les questions suivantes peuvent se poser : que sont l'État de droit et la démocratie ? Qu'est-ce qui constitue le système démocratique en Suisse ? Qu'est-ce que je dois à la démocratie dans ma vie ? Sur quelles valeurs se fonde l'État de droit ? Quels sont mes droits et mes devoirs et que puis-je faire pour les préserver ? Comment vit-on dans un pays qui ne connaît pas l'État de droit ?

Participation

Internet offre de nombreuses possibilités d'interaction et de participation. La recherche sur les usages des jeunes distingue trois niveaux d'action : a) je me positionne, par exemple en *likant* quelque chose, en devenant membre d'un

groupe ou en postant une photo révélant son positionnement; b) je m'engage en passant à l'action, en écrivant des posts dans des discussions ou en mettant en ligne une vidéo que j'ai faite ; c) j'incite les autres à l'action par une invitation explicite à participer à un projet, par exemple en lançant un appel à prendre part à une action ou en les informant d'un événement. Dans ce domaine, les questions à soulever seront notamment : qu'est-ce que je dis de moi en *likant* une vidéo ou en partageant un contenu ? Quels effets un de mes commentaires peut-il produire ? Pourquoi est-il important de prendre position ? Sur quoi se fonde mon opinion ? Quels autres points de vue seraient aussi possibles ?

Courage civique

Le courage civique est intimement lié à la démocratie et à la participation à la vie de la société. S'interposer quand quelqu'un subit une injustice demande du courage. S'interposer au lieu de détourner le regard est aussi le fondement d'une société qui repose sur la tolérance, la diversité et l'égalité. Ici, les questions suivantes se posent : qu'est-ce que le courage civique ? Pourquoi le courage civique est-il important ? Qu'est-ce que je ferais si... ? Comment me protéger contre un possible danger ?



L'extrémisme,
la radicalisation, l'identité
et la religion sont
des thèmes émotionnels.

Utilisation des discours produits dans le cadre des projets pilotes

Les discours produits s'adressent plutôt aux adolescents à partir de 14/15 ans et aux jeunes adultes. L'évaluation a en effet montré que les adolescents plus jeunes avaient parfois de la peine à bien comprendre les sujets et à mener une réflexion nuancée. Pour les dessins animés surtout, la forme pourrait induire en erreur et faire penser qu'ils s'adressent à de jeunes adolescents ou même à des enfants, ce qui n'est pas le cas.

L'objectif des contre-discours et des discours alternatifs étant de contrecarrer les messages extrémistes en leur opposant un autre récit, il est aussi possible d'appliquer ce principe de manière active, par exemple en réagissant à une vidéo extrémiste ou à un post discriminatoire par la diffusion d'un contre-discours ou d'un discours alternatif qui y réponde. Il convient de veiller à éviter tout contenu illégal ou pas adapté aux jeunes (actes de violence, propagande, etc.)

Dans la pratique, il est conseillé d'adapter le contexte aux habitudes et à l'univers des adolescents et des jeunes

adultes et de le rendre aussi proche de la réalité que possible ; il est en outre recommandé d'amener les jeunes à réfléchir aussi à leur comportement en général et en matière de médias en particulier. Il s'agit de savoir où et comment les adolescents et les jeunes adultes tombent sur des contenus problématiques et quels sujets sont importants à leurs yeux.

Dans l'animation jeunesse, il faut veiller à utiliser les contre-discours et les discours alternatifs dans un cadre adapté et en fonction des besoins des jeunes. Les maisons de quartier et centres de loisirs sont là avant tout pour qu'ils puissent y retrouver des amis, échanger et jouer. Il est indiqué de n'aborder la problématique (dans une discussion par exemple) que lorsque les jeunes soulèvent un sujet auquel ils sont confrontés et qui suscite le débat.

L'extrémisme, la radicalisation, l'identité et la religion sont des thèmes émotionnels. Afin d'éviter les dynamiques négatives, il faudrait toujours mettre les choses en perspective : par exemple, si le discours concerne l'extrémisme islamiste, il faudrait aussi parler de l'extrémisme de droite et de celui de gauche.

Winfluence

Type de discours

Dessins animés mettant en scène des animaux
(En suisse allemand)

Possibilités d'utilisation

Les sujets traités dans les vidéos ont été choisis par des jeunes. Il s'agit de thèmes tirés de leur univers, qui sont importants à leurs yeux. Les conflits mis en scène peuvent être utilisés dans le cadre scolaire ou dans l'animation jeunesse comme matière à débat (sur le courage civique, la démocratie et la liberté d'expression, les discours de haine, la propagande par ex.).

#1 Gender (Genre, 37 sec.)

<https://www.youtube.com/watch?v=S0wTZEnTkok>

Violence envers les femmes :

- Comment réagis-tu ?
- Quels rôles de genre sont mis en scène ?
- Qu'est-ce qui est ok, qu'est-ce qui ne l'est pas ?
- Que ferais-tu dans cette situation ?

#2 Hass im Alltag (La haine au quotidien, 32 sec.)

https://www.youtube.com/watch?v=3gDKRQU8_7Q

Opinions radicales au sein de la famille :

- Que fais-tu pour les contrer ?
- En quoi le comportement mis en scène est-il raciste ?
- Comment réagiras-tu dans cette situation ?

#3 Grillideologie (Idéologie du grill, 30 sec.)

https://www.youtube.com/watch?v=0ejtQz40_C8

- Comment réagis-tu aux opinions extrêmes ?
- Quelles sont les limites ?
- Comment réagis-tu quand quelqu'un exprime une opinion que tu ne partages pas ?

#4 Gewalt und Aggression (Violence et agression, 31 sec.)

<https://www.youtube.com/watch?v=6co990sJh3E>

- As-tu le courage de t'interposer ?
- Comment peux-tu te comporter dans une telle situation ?

#5 Die Amis sind an ALLEM schuld (TOUT est de la faute des Américains, 31 sec.)

<https://www.youtube.com/watch?v=3o9x9GMVoT4>

- Connais-tu des théories du complot ?
- Où les as-tu vues ou entendues ?
- Qu'est-ce qu'une théorie du complot ?



KnowIslam

Type de discours

Textes-images et vidéos d'explication sur des passages du Coran
(En allemand)

Possibilités d'utilisation

Les discours abordent des sujets de l'islam en proposant un cadre référentiel destiné avant tout aux adolescents et jeunes adultes musulmans.
Peut être utilisé comme matériel d'enseignement ou information dans le cadre scolaire (« Éthique et culture religieuse » dans le Plan d'études romand, « Enseignement religieux » au secondaire II), dans l'enseignement religieux confessionnel extrascolaire ou dans l'animation jeunesse.

Textes-images : https://www.instagram.com/knowislam_ch/	<ul style="list-style-type: none">– Comment faut-il comprendre le message ?– Qu'est-ce que je peux en tirer comme enseignement ?
Vidéo n° 1 : Der Mensch im Islam (La vision de l'être humain dans l'islam, 3:42 min.) https://www.youtube.com/watch?v=Mmm5KBpunZ8	<ul style="list-style-type: none">– Comment Allah décrit-il l'être humain dans l'islam ?– Quel type d'être es-tu ?– Comment Allah vous voit-il, toi et tes semblables ?
Vidéo n° 2 : Was sagt der Islam zu Gewalt ? (Que dit l'islam de la violence ? 3:45 min.) https://www.youtube.com/watch?v=ufTEU0czCFQ	<ul style="list-style-type: none">– Comment la violence est-elle vue dans l'islam ?– Quels sont les divers types de violence ?– A-t-on le droit de recourir à la violence ?
Vidéo n° 3 : Glaube – Iman (Foi – iman, 3:57 min.) https://www.youtube.com/watch?v=gpGP9fwP9w8	<ul style="list-style-type: none">– Que signifie « croire » ?– Qu'est-ce que c'est, « être croyant » ? Que dit le Coran à ce sujet ?
Vidéo n° 4 : Gott im Islam – Glaube an Allah (Dieu dans l'islam – La foi en Allah, 4:51 min.) https://www.youtube.com/watch?v=x4B9w0pqlc	<ul style="list-style-type: none">– Qui est Allah ? Comment est-il et quelle est sa relation avec les êtres humains ?– Quels sont les parallèles entre la vision de Dieu dans l'islam et celle du christianisme et du judaïsme ?
Vidéo n° 5 : Was ist der Islam ? (Qu'est-ce que l'islam ? 3:44 min.) https://www.youtube.com/watch?v=uB3HtCZiXac	<ul style="list-style-type: none">– Quand l'islam est-il né ? Qu'est-ce que cette religion implique ?– Tous les musulmans de Suisse sont-ils pareils ? Quelles sont les différences ?
Vidéo n° 6 : Der Koran – Die Lesung (Le Coran – la lecture, 3:29 min.) https://www.youtube.com/watch?v=2JmklpTosQ	<ul style="list-style-type: none">– Qu'est-ce que le Coran ? Comment a-t-il été écrit ?– Quels thèmes y sont abordés ?– Y a-t-il des parallèles avec la Bible ?
Vidéo n° 7 : Hadith – Was bedeutet das ? (Les hadîths : qu'est-ce que c'est ? 2:26 min.) https://www.youtube.com/watch?v=-J8fQTQf3U8	<ul style="list-style-type: none">– Que sont les hadîths ? Pourquoi sont-ils si importants ?– Que pouvons-nous y apprendre ?
Vidéo n° 8 : Jenseits im Islam (Akhira) – Das Leben nach dem Tod (Akhira, l'au-delà dans l'islam – La vie après la mort, 2:55 min.) https://www.youtube.com/watch?v=r4thEGqTOGw	<ul style="list-style-type: none">– Comment la vie après la mort est-elle décrite dans l'islam ?– Qu'y a-t-il après la mort ? En quoi la croyance en un au-delà influence-t-elle notre vie ?– Quels sont les parallèles et les différences avec d'autres religions ?
Vidéo n° 9 : Propheten und Gesandte (Les prophètes et les messagers, 3:29 min.) https://www.youtube.com/watch?v=MmigOMG4Df4	<ul style="list-style-type: none">– Qu'est-ce qu'un prophète dans l'islam ?– Quels prophètes sont importants pour l'islam ?– Pourquoi Dieu a-t-il envoyé des prophètes ?
Vidéo n° 10 : Grundrechte im Islam (Les droits fondamentaux dans l'islam, 2:40 min.) https://www.youtube.com/watch?v=LR4AP1q3Ecs	<ul style="list-style-type: none">– Quels droits fondamentaux sont mentionnés dans l'islam ?– Pourquoi sont-ils importants ?

SwissMuslimStories

Type de discours

Portraits vidéo de musulmans
(En allemand et suisse-allemand)

Possibilités d'utilisation

Des vidéos dressent le portrait de musulmans aux parcours très différents les uns des autres.

Ces clips peuvent être utilisés comme discours alternatifs (comme message sur le vivre ensemble en société et contre-exemple aux discours victimisants, mais aussi pour lutter contre la tendance à réduire une personne à son appartenance religieuse).

Vidéo n° 1 : Samir (57 sec.)

<https://www.youtube.com/watch?v=2G5r44khILM>

Vidéo n° 2 : Dania (42 sec.)

https://www.youtube.com/watch?v=sIXLn_sEyTE

Vidéo n° 3 : Saâd (54 sec.)

<https://www.youtube.com/watch?v=l4Lzu-7-iM8>

Vidéo n° 4 : Selma (44 sec.)

<https://www.youtube.com/watch?v=w2yKvtN5QI4>

Vidéo n° 5 : Hannan (1:04 min.)

<https://www.youtube.com/watch?v=x6vLWxd49UU>

Vidéo n° 6 : Bujar (54 sec.)

<https://www.youtube.com/watch?v=Y5hlz2sLCCQ>

Vidéo n° 7 : Nuran (44 sec.)

<https://www.youtube.com/watch?v=c90hu8KQ3Pg>

Vidéo n° 8 : Sohail (1:01 min.)

https://www.youtube.com/watch?v=xD44tRFqJ_o

Vidéo n° 9 : Serpil (1:13 min.)

<https://www.youtube.com/watch?v=2YJc41kWRQQ>

Vidéo n° 10 : Attila (1:00 min.)

<https://youtu.be/0sYAbEc02Ug>

Par leur style et l'impression de grande authenticité qui s'en dégage, ces vidéos sont adaptées à l'enseignement comme à l'animation jeunesse.

Sujets de discussion possibles :

- La fuite, la migration
- L'intégration
- La démocratie
- La participation
- La victimisation
- L'identité plurielle

Les versions longues des vidéos sont disponibles sur le site Internet du projet : www.swissmuslimstories.ch

PositivIslam

Type de discours

Contributions sur un blog, sous forme de textes essentiellement

(En français et en italien)

Tous les textes sont disponibles sur le site Internet du projet : www.positivislam.ch

Possibilités d'utilisation

Les blogueurs ont traité de sujets qui les concernent, avec lesquels ils sont confrontés personnellement, ce qui confère un caractère très authentique aux contenus et permet aux adolescents et aux jeunes adultes de s'y identifier.

Les contenus peuvent être utilisés pour lancer des débats sur des thèmes précis, mais aussi de manière générale pour réfléchir aux possibilités de participation à la vie de la société.

<ul style="list-style-type: none">– Commençons par le commencement– Allah Akbar – une expérience immédiate– 22 mars 2016, 9 h 11, un grand boum	Distinction entre islam et terrorisme
<ul style="list-style-type: none">– Je ne suis pas raciste, mais...– La violenza di un pezzo di carta (La violence d'un bout de papier)– Quando l'islam è al centro del discorso, parte I et II (Quand l'islam est au centre des débats, parties I et II)	Racisme et extrémisme de droite
<ul style="list-style-type: none">– Les doutes et le sens– Le voile oppressé	Les femmes et l'islam
<ul style="list-style-type: none">– La « Poetessa » : l'esempio di Hissa Hilal (La « Poétesse » : l'exemple de Hissa Hilal)– Des musulmans et un islam ?– E se fossimo tutti musulmani? (Et si nous étions tous musulmans ?)– Comment s'est déroulée ma conversion à l'islam ?	Les musulmans en Suisse
<ul style="list-style-type: none">– Partons tous au Jihâd– Batailles et moralité humaine– De l'éthique de guerre à l'éthique de paix	Déconstruction du djihad et de ses thèses bellicistes
<ul style="list-style-type: none">– Quels jeunes voulons-nous être ?– Il radicalismo islamico come indice di una problematica generazionale? (Le radicalisme islamique, indice d'une problématique générationnelle ?)	Implication des jeunes dans la société



07_DOCUMENTS ET INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Aides au lancement et à la réalisation de projets de discours

- <https://www.jugendundmedien.ch/de/experten-fachwissen/schwerpunkte/extremismus-radikalisierung-2017-2018.html>

Matériel pédagogique et outils pour les écoles et l'animation jeunesse

Vidéos de prévention sur le thème de l'extrémisme (liste de lecture de Jeunes et médias)

- <https://www.youtube.com/playlist?list=PL68Pwav5ttmpeIU9ASeuS4IOCXAx-eZu4>

Guide de sensibilisation au terrorisme et à l'extrémisme violent

- <http://www.rcmp-grc.gc.ca/fr/guide-sensibilisation-au-terrorisme-et-a-lextremisme-violent>

Guide du personnel enseignant pour la prévention de l'extrémisme violent

- https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000244676_fre

Projet Contra : prévenir les effets de la propagande d'extrême droite et des milieux islamistes – contexte et aides pratiques, y c. modules d'enseignement

- www.project-contra.org (en allemand)
- https://www.project-contra.org/Contra/EN/Home/home_node.html (en anglais)

Informations et publications du RAN (Radicalisation Awareness Network)

- https://ec.europa.eu/home-affairs/what-we-do/networks/radicalisation_awareness_network/ran-papers_en

Informations et matériel didactique sur la politique et la démocratie

- <https://www.education21.ch/fr/edd/approches/education-a-la-citoyennete>
- <https://campusdemokratie.ch/fr/abc/>
- <http://www.politiklernen.ch> (en allemand)

Cas tirés de la pratique de la Commission fédérale contre le racisme

- <http://www.network-racism.ch/fr/exemples-de-la-pratique/exemples-de-cas-de-la-pratique.html>

Éducation aux droits de l'homme pour les adolescents et les jeunes adultes, en milieu scolaire et extrascolaire

- <https://www.coe.int/fr/web/compass/home>

Organes de contact

Liste des organes de contact et informations complémentaires fournies par le Réseau national de sécurité

- <https://www.svs.admin.ch/fr/themes/prevention-de-la-radicalisation.html>

BIBLIOGRAPHIE

Baier, D., Kamenowski, M., Curty, G., Eser, M., Haymoz, S., Manzoni, P., Rether, A., Wegel, M. (2019). *Evaluation der Pilotprojekte Gegennarrative und Alternative Narrative zur Prävention von Radikalisierung im Netz, die zu gewalttätigem Extremismus führt* (Évaluation des projets pilotes de contre-discours et de discours alternatifs positifs pour prévenir la radicalisation sur Internet qui mène à l'extrémisme violent; en allemand, avec résumé en français). Haute école zurichoise de sciences appliquées ZHAW et Haute École de Travail Social Fribourg : rapport de recherche réalisé sur mandat de l'Office fédéral des assurances sociales.

Bundeskriminalamt – Forschungsstelle für Terrorismus/Extremismus (Éd., 2018). *Extremismus im Internet. Drei Lernarrangements zur Förderung von Medienkritikfähigkeit im Umgang mit Internetpropaganda in der Schule*. Sur la base de Ernst, J., Schmitt, J. B., Rieger, D., Roth, H.-J.: Schlussbericht des Projekts CONTRA. In Zusammenarbeit mit der Forschungsstelle Terrorismus/Extremismus im BKA sowie ufuq.de.

Eser Davolio, M., Lenzo, D. (2017a). *Méta-recherche : les contre-discours à la propagande extrémiste*. Berne : Office fédéral des assurances sociales OFAS, Jeunes et médias. À télécharger : https://www.jeunesetmedias.ch/fileadmin/user_upload/2_Chancen_und_Gefahren/Radikalisierung_Extremismus/Rapport_contre-discours_Eser_Lenzo_2017.pdf.

Eser Davolio, M., Lenzo, D. (2017b). *Radikalisierung & Extremismus*. Saint-Gall : Themenheft im Rahmen der Initiative «sicher!gesund!» der Departemente Bildung, Gesundheit, Inneres sowie Sicherheit und Justiz.

Frischlich, L., Rieger, D., Morten, A., Bente, G. (Éd., 2017) in Kooperation mit der Forschungsstelle Terrorismus/Extremismus des Bundeskriminalamts. *Videos gegen Extremismus? CounterNarrative auf dem Prüfstand*. Wiesbaden: Bundeskriminalamt.

Manzoni, P., Baier, D., Haymoz, S., Isenhardt, A., Kamenowski, M., Jacot, C. (2018). *Verbreitung extremistischer Einstellungen und Verhaltensweisen unter Jugendlichen in der Schweiz*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften: Forschungsbericht.

Qasem, S. (2016). «Herausforderung 2.0: Ansätze und Erfahrungen der politischen Bildung in Sozialen Netzwerken». In Molthagen, D., Schöne, T. (Éd.). *Lernen in der Einwanderungsgesellschaft. Ein Handbuch für die Bildungsarbeit in Schule, Jugendarbeit und Erwachsenenbildung in einer vielfältigen Gesellschaft*. Dietz Verlag.

Qasem, S., Nordbruch, G. (Red., 2016). *Was postest du? Politische Bildung mit jungen Muslim_innen online. Hintergründe, Erfahrungen und Empfehlungen für die Praxis in sozialen Netzwerken und Klassenräumen*. ufuq.de – Jugendkulturen, Islam & politische Bildung.

Wagner, U., Brügggen, N., Gebels, C. (2009). *Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung Jugendlicher. Analyse jugendnaher Plattformen und ausgewählter Selbstdarstellungen von 14- bis 20-Jährigen*. Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis.

GLOSSAIRE

Bulles de filtre

La sélection des contenus proposés aux internautes se fait au moyen d’algorithmes qui se fondent sur leurs préférences, supposées ou réelles : ce sont notamment les sites internet visités, les activités sur les réseaux sociaux, les recherches faites ou la localisation du dispositif qui déterminent ce choix. Ce processus peut conduire à la formation de bulles de filtres ou cocons d’informations – le système ne propose plus que des contenus de même teneur – et par conséquent à une distorsion et à une polarisation des opinions.

Contre-discours

Les contre-discours visent directement des contenus extrémistes en montrant qu’ils relèvent de la propagande, en réfutant les informations erronées et en démystifiant les propos glorifiants ; ils ont recours pour le faire à l’argumentation logique et objective, à l’humour ou à la satire.

Discours alternatifs

Les discours alternatifs transmettent des récits du vivre ensemble pacifique dans une société démocratique et un État de droit libéral. Ils mettent l’accent sur l’intégration sociale, la tolérance et l’ouverture.

Discours de haine

Les discours de haine sont des formes d’expression qui visent des individus en particulier ou des groupes de personnes et les offensent, les marginalisent ou génèrent même de la violence envers eux, généralement par des commentaires sur les réseaux sociaux, les blogs ou les sites internet.

Disruptions numériques (technologies disruptives)

Les disruptions numériques sont des techniques (comprenant entre autres des méthodes de redirection) qui servent notamment à détecter les contenus extrémistes sur Internet grâce à leur signature numérique et à supprimer ces photographies, vidéos ou audios lorsqu’ils apparaissent ailleurs sous forme de copie.

Évaluation formative

Une évaluation formative sert à mettre en évidence le potentiel d’amélioration d’un projet afin de l’optimiser. Dans cette démarche qui se fait en cours de projet, il s’agit de superviser le processus et les mesures prises ainsi que d’évaluer les résultats.

Évaluation sommative

L’évaluation sommative fait le bilan des résultats et processus de l’objet qui lui est soumis, afin de répondre à la question de son efficacité et de son caractère adapté. Ses conclusions doivent notamment pouvoir servir de base de décision pour la continuation du projet en question ou le lancement d’autres programmes.

Fausse nouvelles (ou fake news)

Les fausses nouvelles sont des nouvelles diffusées en sachant pertinemment qu’elles sont fausses, dans le but de manipuler l’opinion publique et de générer des émotions, de la peur et un sentiment d’insécurité. Les fausses nouvelles donnent la plupart du temps une impression de sérieux ; étonnantes et captivantes, elles se diffusent particulièrement bien sur les réseaux sociaux.

Littératie informationnelle

La littératie désigne les compétences en lecture et en écriture. Par littératie informationnelle, on entend donc la capacité à faire preuve d’esprit critique envers les informations reçues, à les comprendre et à distinguer le vrai du faux.

