
Internet des extrêmes droites européennes

Stéphane François

Référence électronique

Stéphane François, Internet des extrêmes droites européennes. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 03 décembre 2018. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/internet-des-extremes-droites-europeennes/>.

Le *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics* est un dictionnaire collaboratif en ligne sous la responsabilité du Centre de recherche sur les médiations (Crem, Université de Lorraine) ayant pour ambition de clarifier la terminologie et le profit heuristique des concepts relatifs à la notion de public et aux méthodes d'analyse des publics pour en proposer une cartographie critique et encyclopédique.

Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/>

Cette notice est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification 3.0 France.

Pour voir une copie de cette licence, visitez <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/fr/> ou écrivez à Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



Internet des extrêmes droites européennes

Les différentes formations européennes d'extrême droite ont été parmi les pionnières à investir l'internet à des fins militantes. L'un des premiers sites d'extrême droite a été Stormfront, créé dès 1995 par Don Black, un dissident radical du Ku Klux Klan (Burriss, Smith, Strahm, 2000 ; Gerstenfeld, Grant, Chiang, 2003). Ces formations ont perçu très tôt l'intérêt de ce système (Greffet, 2011 ; Boyadjian, 2015). Il permet à la fois d'échanger des informations, de collecter des fonds, de recruter des militants, de diffuser leurs idées et de compenser par un sur-activisme virtuel leur faible nombre (Caiani, Parenti, 2013). Ce sur-activisme donne d'ailleurs l'impression d'une domination politique et/ou médiatique. De fait, il y a dans certaines formations politiques d'extrême droite des personnes salariées pour occuper la place sur l'internet. Ce militantisme est donc important pour cette mouvance. Nous nous intéresserons ici aux stratégies numériques mises en place par ces militants d'extrême droite pour manipuler les opinions publiques européennes dans un sens qui leur serait favorable.

Le gramscisme numérique

Les éléments constitutifs de cette stratégie numérique sont à chercher dans l'histoire de l'extrême droite, en particulier l'extrême droite française. En effet, les différents partis et groupuscules de ce courant politique se réfèrent aujourd'hui à l'œuvre du militant communiste italien Antonio Gramsci (1891-1937)), en particulier à sa théorie de l'hégémonie culturelle : ils souhaitent que la population consente à leur idéologie, l'accepte. Pour obtenir ce consentement de la part des opinions publiques, il faut, selon eux, que cette idéologie devienne dominante afin de se banaliser. À l'origine, la récupération et la réutilisation de ce penseur révolutionnaire ont été le fait du Grece (Groupe de recherches et d'études pour la civilisation européenne), connu aussi sous l'expression de Nouvelle Droite, qui l'a introduit dans la pensée de l'extrême droite dans les années 1970. Le Grece, dans les années 1970, a cherché à influencer l'opinion publique française. Plusieurs de ses cadres ont investi la presse généraliste, surtout le *Figaro Magazine*, fondé en 1978 par Louis Pauwels. Alors proche du Grece, celui-ci y fait entrer Alain de Benoist, Patrice de Plunkett, Jean-Claude Valla – ce dernier comme directeur de la rédaction. Les néo-droitiers voient dans ce journal une tribune pour leurs idées, et cherchent à profiter du succès du magazine. Comme le contenu est à la fois diversifié et de qualité, le *Figaro Magazine* rencontre un public croissant. Le succès du Grece incite des groupes européens à l'imiter : des clones, avec qui il a des contacts, sont créés principalement en Allemagne et en Italie. Cependant, la campagne médiatique contre la Nouvelle Droite de 1979, lancée par le *Nouvel Observateur* met fin à cette expérience : en 1980, Robert Hersant licencie les néo-droitiers – Jean-Claude Valla avait en outre défendu en 1980 les thèses de Robert Faurisson dans les colonnes de l'hebdomadaire. Si la tentative de manipulation inspirée des thèses d'Antonio Gramsci fut perçue, à la suite de cela, comme un échec (François, 2008 ; Taguieff, 1994), ce qu'elle fut sur le moment, les idées portées par la Nouvelle Droite (essentialisation des identités, irréductibilité des unes aux autres, idée d'une civilisation et d'une culture européennes datant de la Préhistoire, ethnodifférentialisme, mixophobie, etc.) se sont diffusées par la suite dans les autres tendances de l'extrême droite, ainsi que dans la société. Cette stratégie de combat « métapolitique », autre nom de ce gramscisme d'extrême droite, est aujourd'hui reprise par la plupart des formations d'extrême droite, en lien avec le développement du web.

Comme on peut le déduire d'une observation sur la longue durée de l'extrême droite, il s'agit pour ces militants de banaliser, et de diffuser, des idées précises, en l'occurrence militantes, *via* l'internet, afin de les rendre acceptables ou du moins de les édulcorer par la répétition : réseaux sociaux, sites de vidéos (comme Youtube ou Dailymotion), sites de « réinformation » (*i.e.* des sites très militants faisant la promotion des « vraies informations » au contraire des « médias dominants » vendus forcément aux « forces mondialistes » pour reprendre la terminologie de ces militants), commentaires sous un article ou dans un forum généraliste, etc. L'objectif est de convaincre de ses idées des segments éloignés de la population, avec le principe selon lequel la conquête politique est précédée par une conquête des esprits. Cette stratégie est facilitée par le fait qu'une partie de la population, rejetant les médias *mainstream* considérés comme peu objectifs, accepte au contraire les informations provenant de sites marginaux, ou vus comme « dissidents » (Gimenez, Voirol, 2017).

À cela, il faut ajouter une autre stratégie militante, que certains appellent le confusionnisme. Il y a une stratégie délibérée de mélanger des éléments de différentes natures et origines idéologiques afin de faire passer des idées. La confusion vient alors d'un public crédule ayant perdu ses repères intellectuels et/ou idéologiques. Dans un même mouvement, ces sites associent vraies et fausses informations, recyclent les dépêches d'agence de presse de référence comme l'Agence France Presse, des propos infondés issus de rumeurs, des vidéos mises en ligne sur Dailymotion ou sur YouTube, voire parfois des articles de sites parodiques. Rompus aux techniques de la manipulation sur le web (plusieurs cadres importants de la mouvance identitaire travaillent dans le domaine des nouvelles technologies ou de l'influence sur l'internet), certains militants d'extrême droite utilisent tout ce qui peut servir leurs thèses et surtout leurs objectifs politiques. L'objectif est atteint quand non seulement ces militants entretiennent la confusion, mais quand les internautes partagent ces « informations ». Celles-ci sont plus ou moins diffusées selon leurs thématiques et la réceptivité des opinions publiques européennes.

Une stratégie efficace...

Cette stratégie de communication est globalement efficace dans le sens où les thématiques de l'extrême droite la plus identitaire (la « remigration », l'immigration vue comme une forme de colonisation, la substitution ethnique – le « grand remplacement » –, l'incompatibilité de l'islam avec les valeurs européennes, l'incapacité des immigrés extra-européens à s'intégrer, l'assimilation des migrants à des criminels ou à des prédateurs sexuels, etc.) se sont diffusées dans les opinions publiques européennes. Elles ont donc dépassé le cadre restreint des milieux d'extrême droite. En effet, de larges segments des sociétés européennes sont devenus sensibles, voire favorables à ces idées, surtout depuis les attentats de 2015. Il est devenu facile pour ces militants de les diffuser et de les faire partager. L'objectif de cette stratégie est triple. Outre la banalisation des thématiques (1), il s'agit d'amener des électeurs vers l'extrême droite (2) ; de montrer que les voix progressistes sont des antipatriotes soumis à l'islam (la « dhimmitude »), hors-sol, qui ne voient pas, ou pire acceptent le risque du « grand remplacement » (3).

Cette manipulation de ces opinions publiques doit être mise en lien avec la discréditation croissante du travail des journalistes, qui, selon ces militants d'extrême droite, seraient à la solde des élites, du pouvoir, etc., et foncièrement hostiles au peuple authentique, compris au sens ethno-racial. Concrètement, les différentes formations de cette mouvance ont élaboré un contre-discours militant qu'elles cherchent à diffuser massivement, qui relève à la fois de la propagande, de la désinformation, et des « infox » (c'est-à-dire des « fake news », des « informations fausses »). C'est la « réinformation », qui se présente comme une alternative aux informations « *mainstream* » et cherche à attirer, dans un contexte d'essor des

populismes, les déçus de la presse généraliste et les méfiants envers les médias traditionnels (Gattinara, Froio, 2018).

Pour ce faire, ces groupuscules utilisent plusieurs méthodes. Premièrement, les « trolls » agissent sur les réseaux sociaux, les forums généralistes, et dans les commentaires d'articles mis en ligne, répétant inlassablement leurs idées. Ces personnes sont très actives sur les sites et forums, utilisant des éléments de langage très marqués ainsi que l'ironie, le sarcasme et l'humour. Elles reviennent continuellement sous différents pseudonymes sur les sites malgré les bannissements des modérateurs. Deuxièmement, il y a la création de sites spécialisés, mélangeant informations brutes et textes militants, sans hiérarchisation, tel www.fdesouche.com (Gimenez, Voirol, 2017). Les deux catégories utilisent une méthode efficace, qui relève des « infox », mais aussi des registres de la propagande et de la désinformation : le détournement d'images ou de vidéos. Il s'agit, dans la majorité des exemples, d'un changement de contexte et de légende dans un sens très hostile aux musulmans, à l'islam et aux migrants. Enfin, il existe une dernière façon de manipuler les opinions publiques sur les réseaux sociaux : il s'agit de la fausse naïveté qui permet d'induire un doute par des questions biaisées, mais également par des insinuations sur des points précis. Cette stratégie est utilisée à la fois par les militants racistes et par les militants négationnistes et/ou antisémites, afin d'éviter de tomber sous le coup de la loi ou de provoquer des réactions violentes de la part de ceux qui refusent ces idées extrémistes. Ainsi l'utilisation de mots clés spécifiques permet-elle le référencement du site dans les premiers liens mis en avant par les algorithmes des moteurs de recherche de l'internet (Karmasyn, Panczer, Fingerhut, 2000), et donc l'accessibilité de leurs thèses au plus grand nombre.

... au contraire d'un cadre juridique qui ne l'est pas

On le voit, l'extrême droite utilise l'internet dans plusieurs objectifs : pour manipuler les opinions publiques, faire de la propagande ou de la désinformation, mais également pour passer des idées, présentées comme des faits historiques, comme dans le cas du négationnisme. De ce fait, la diffusion de ces « informations » pose le problème du droit et de la liberté d'expression, qui divergent selon les pays. Le droit des États européens est fondamentalement différent de celui des États-Unis. En effet, dans ce pays, la liberté d'expression est protégée par le 1^{er} Amendement de la Constitution. Selon la radicalité du propos, certains de ces sites sont hébergés à l'étranger, dans des pays plus laxistes sur le contenu raciste, antisémite ou négationniste, afin d'échapper aux poursuites judiciaires. Si la fermeture de site est aisée en France ou en Allemagne, c'est plus difficile aux États-Unis. Il suffit pour ces sites de construire des sites-miroirs dans d'autres pays à la législation moins stricte, comme l'Inde. Ainsi le site fdesouche.fr, site important de la « fachosphère » française est-il situé dans ce pays (Albertini, Doucet, 2016). De ce fait, il est difficile d'expurger l'internet de ses sites racistes (Moreau, 1998).

Si ces idées envahissent indéniablement les réseaux sociaux, elles ne se traduisent pas dans la « vraie vie ». En effet, jusqu'à présent, quelle que soit la couleur de la formation politique, le militantisme politique sur la Toile ne se concrétise pas dans les urnes (Theviot, Treille, 2018). Mais, il ne faut pas se leurrer : dans les faits, la multiplication de sites qui avancent cachés ou qui pratiquent la confusion des genres permet la banalisation du racisme auprès de l'opinion publique, dans un contexte européen très favorable au rejet des populations arabo-musulmanes et des migrants.

Bibliographie

Albertini D., Doucet D., 2016, *La Fachosphère. Comment l'extrême droite a remporté la bataille du Net*, Paris, Flammarion.

Boyardjian J., 2015, « Les usages frontistes du web », pp. 141-160, in : Crépon S., Dézé A., Mayer N., dirs, *Les Faux-semblants du Front national. Sociologie d'un parti politique*, Paris, Presses de Science Po.

Burris V., Smith E., Strahm A., 2000, « White supremacist networks on the internet », *Sociological Focus*, 33 (2), pp. 215-235.

Caiani M., Parenti L., 2013, *European and American Extreme Right Groups and the Internet*, Londres, Routledge.

François S., 2008, *Les Néo-paganismes et la Nouvelle Droite (1980-2006). Pour une autre approche*, Milan, Éd. Archè.

Gattinara P., Froio C., 2018, « Quand les identitaires font la une. Stratégies de mobilisation et visibilité médiatique du bloc identitaire », *Revue française de science politique*, 68, pp. 103-119.

Gerstenfeld P. B., Grant D. R., Chiang C.-P., 2003, « Hate Online: A Content Analysis of Extremist Internet Sites », *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 3, pp. 29-44.

Gimenez E., Voirol V., dirs, 2017, « L'internet des droites extrêmes », *Réseaux. Communication, technologie, sociétés*, 202-203.

Greffet F., dir., 2011, *Continuerlalutte.com. Les partis politiques sur le web*, Paris, Presses de Sciences Po.

Karmasyn G., Panczer G., Fingerhut M., 2000, « Le négationnisme sur Internet. Genèse, stratégies, antidotes », *Revue d'histoire de la Shoah*, 170.

Moreau P., 1998, « L'extrême droite et internet », *Pouvoirs*, 87, pp. 129-144.

Taguieff P.-A., 1994, *Sur la Nouvelle droite. Jalons d'une analyse critique*, Paris, Descartes & C^{ie}.

Theviot A., Treille É., 2018, « Les "civic tech" à l'épreuve des partis politiques. Les plateformes participatives de l'Union pour un Mouvement Populaire (UMP) et du Parti Socialiste (PS) », *RESET*, 7. Accès : <http://journals.openedition.org/reset/906>. Consulté le 26/10/29018.