



Sécurité : le terrorisme à l'ère numérique

Fabrice Lollia

► To cite this version:

Fabrice Lollia. Sécurité : le terrorisme à l'ère numérique. Cahiers de la sécurité et de la justice : revue de l'Institut national des hautes études de la sécurité et de la justice, 2021, pp.108-118. <hal-03708638>

HAL Id: hal-03708638

<https://hal.science/hal-03708638v1>

Submitted on 7 Jul 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

SÉCURITÉ : LE TERRORISME À L'ÈRE NUMÉRIQUE

Fabrice Lollia

Docteur en sciences de l'information et de la communication

Laboratoire DICEN idf

Introduction

Aujourd'hui, nombreux sont les chercheurs qui considèrent que l'environnement digital est propice à la radicalisation et qu'il est devenu un « *incubateur à terroristes* » (Ducol, 2015). En effet, de plus en plus de jeunes psychologiquement fragilisés consultent des sites djihadistes et adoptent une conception radicale du monde, allant jusqu'à sombrer, parfois, dans la violence politique.

La sémiotique est un outil intéressant qui nous aide à mieux comprendre les origines de cette guerre idéologique. Une grille de lecture sémiosituationnelle (Mucchielli, 2010) sera donc adaptée à nos travaux afin de tirer un point de vue interprétatiste de la situation terroriste analysée.

Selon Interpol, le terrorisme islamiste représente la troisième menace terroriste dans le monde. Pour autant, les études actuelles, notamment au regard d'événements récents (attentat contre Samuel Paty, celui contre la préfecture de police de Paris par Mickaël Harpon, Attentat de Rambouillet contre une fonctionnaire de police par exemple), se focalisent principalement sur le radicalisme islamiste.

La notion de terrorisme est difficile à analyser en raison notamment de son caractère protéiforme (Holbrook, 2015). Cependant, « *il semble évident qu'Internet est devenu un espace fécond de mobilisation pour les mouvements militants extrémistes indépendamment de leur orientation idéologique et de leur situation géographique* » (Ducol, 2015). En effet, « *les terroristes peuvent [...] utiliser l'Internet comme tout le monde : pour communiquer et échanger des idées, des médias et de l'argent* » (Holbrook, 2015, traduction).

Aujourd'hui, Internet, la presse en ligne et les réseaux sociaux permettent à l'utilisateur d'être pleinement acteur de sa recherche d'information, qu'il trouve et analyse par lui-même sans attendre que les médias lui en livrent une version « *préalablement filtrée* » (Seib, 2008).

Un certain nombre d'interrogations reviennent sans cesse dans le débat. Celles-ci feront l'objet de questions de recherche qui serviront de « fil rouge » à cet ouvrage :

- Quel rôle Internet joue-t-il dans les phénomènes de radicalisation et, plus précisément, de radicalisation violente ?
- L'univers numérique est-il propice à l'émergence et au développement des comportements radicaux ?
- Les réseaux sociaux sont-ils des vecteurs d'amplification de la radicalisation, entraînant par la suite une radicalisation violente ?

Nous aborderons ces questions par le prisme de l'interdisciplinarité des sciences de l'information et de la communication et, notamment, des sciences politiques et de la psychologie sociale de l'Internet.

I. L'implication d'Internet dans la progression du terrorisme

Dans ce chapitre, nous proposons des pistes de lecture qui mettent en perspective différents points de vue quant à l'influence d'Internet et des réseaux sociaux sur le terrorisme. Précisons tout de même que cette analyse est davantage centrée sur le terrorisme islamiste en raison de son actualité récente. L'objectif ici est d'appréhender et de mettre en lumière des approches divergentes du phénomène, démontrant à quel point celui-ci est difficile à cerner.

I.1 Une approche de terrain

La conception déterministe d'un Internet facteur de radicalisation renvoie à une argumentation commune qui doit faire l'objet d'une analyse plus fine afin de mieux comprendre une notion souvent mal connue et mal interprétée.

Il se trouve qu'« *Internet permet la création de nouvelles identités en ligne et d'expression de soi plus facilement accessibles ou adoptables par des individus, en particulier dans le cas d'affiliations identitaires qualifiables d'idéologiquement marginales ou de croyances/opinions stigmatisées* » (McKenna, 2007).

I.2 L'usage d'Internet et des médias sociaux

Les groupes radicalisés utilisent Internet et les réseaux sociaux pour poursuivre leurs propres objectifs. Ces outils de communication leur permettent d'atteindre n'importe quel individu, n'importe où et à n'importe quel moment. Cela est d'autant plus facile que le monde numérique n'ayant pas de frontières physiques, les normes juridiques des États sont aisément contournables. Les terroristes exploitent donc ces canaux numériques pour créer des réseaux accessibles à tous, avec peu de moyens financiers, et en s'affranchissant de toute dimension spatio-temporelle (Weimann, 2015).

Les terroristes islamistes se servent d'Internet pour diffuser leur propre vision de l'islam avec plus de facilité et moins de risques. À titre d'exemple, les recruteurs s'appuient sur une communication qui fonctionne sans limite de temps afin de nouer puis de renforcer des liens émotionnels avec les utilisateurs des réseaux sociaux tels que Twitter, Facebook ou Snapchat (Alava *et al.*, 2017).

Internet contribue à modifier les comportements cognitifs des individus. Il favorise les phénomènes de « *saillance identitaire* » (Pariser, 2011) face à certains contenus numériques ; il peut aussi « *influencer les mécanismes d'exposition en ligne par le biais d'une forme de filtrage algorithmique qui peut contribuer à l'enfermement de certains individus dans des visions biaisées et polarisantes du monde* » (*ibid.*).

Plusieurs auteurs ont mis en évidence la manière dont Internet et les réseaux sociaux facilitent la mise en relation de gens qui ne se connaissent pas mais qui partagent des visions, des idéologies, des causes communes (Lauw *et al.*, 2010). Dans le monde réel, ces derniers ne se seraient sans doute jamais rencontrés.

Comme de nombreux chercheurs, nous retenons ici une position instrumentaliste par rapport à Internet et à la radicalisation en ligne. Les évolutions numériques et le développement des nouveaux médias ont poussé les groupes terroristes, depuis une dizaine d'années, à utiliser Internet comme principal canal de diffusion et de *lobbying* pour l'idéologie djihadiste (Barr & Herfroy-Mischler, 2018). Aujourd'hui, ils sont tous présents sur Internet et utilisent l'ensemble des outils de communication numérique disponibles (YouTube, Facebook, Twitter, Telegram Messenger, courriels, e-groupes, etc.) (Weimann, 2010). L'emploi des médias numériques dans

le cadre d'une stratégie de communication ciblée est donc une réalité qu'il n'est plus possible d'ignorer aujourd'hui (Barr & Herfroy-Mischler, 2018).

Les terroristes se servent des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) « *afin de coordonner leurs actions, partager leurs informations et atteindre des auditoires auparavant inaccessibles* » (Kiras, 2007), une situation qui modifie la donne générale. En effet, dans un conflit classique, l'État a un avantage car il peut contrôler les canaux de communication et d'information. Or, avec les nouveaux outils technologiques, les organisations terroristes ont la possibilité de toucher, elles aussi, toutes sortes de publics. La stratégie consistant à les isoler n'est donc plus efficace aujourd'hui. La fermeture des frontières physiques ne suffit pas à casser la communication des terroristes, car ils ont accès facilement aux outils numériques pour faire passer leur message politique (Kiras, 2007). Internet leur assure dès lors une présence virtuelle constante, avec des terrains de combat pouvant prendre plusieurs formes.

Il faut donc faire face, de plus en plus, à des contenus numériques permettant à quiconque les consulte de mettre au point des actes violents, à l'instar de « *make a bomb in your mums kitchen* » (Torok, 2010). De nombreuses questions entourent donc les modes actuels d'utilisation d'Internet. Ainsi, Weimann (2008) cite l'exemple d'un groupe utilisant les NTIC pour lancer une guerre psychologique en montrant des images de centaines d'enfants morts sous les frappes israéliennes en 2006. Pour l'auteur, toute guerre se gagne dorénavant sur les chaînes de télévision et sur la Toile. Cette réflexion renvoie à la notion de « violence symbolique » alimentée principalement par les réseaux sociaux.

De même, les groupes terroristes mettent en place des schémas stratégiques (sur le long terme) au sein de leurs réseaux virtuels, ce qui s'apparente à une politique de e-marketing dans le milieu des affaires (Mozes & Weimann, 2010). Pour ces auteurs, il serait possible de lutter contre les idéologies djihadistes en lançant une guerre psychologique sur les réseaux sociaux.

On assiste également à la naissance d'une « *arsenalisation d'Internet* » (Brachman, 2006). Internet est en train de remplacer les camps d'entraînement traditionnels des djihadistes, que les interventions américaines en Irak et en Afghanistan ont presque anéantis. Pour l'auteur, al-Qaida se sert d'Internet comme d'un outil opérationnel, entraînant un énorme risque pour la communauté internationale.

L'exemple de Haya Média Santé illustre bien la situation (Berger, 2015a). En effet, cette organisation est assimilée à une « *propagande de groupe* », et ses idéologies sont diffusées « *sur une base industrielle* » (Berger, 2015b).

Par le biais de jeux téléchargeables sur Android et Apple Store, les responsables des groupes terroristes peuvent contrôler les comptes Twitter de leurs partisans. Le jour où l'État islamique (EI) a marché sur Mossoul, plus de 44 000 tweets ont été envoyés sans qu'aucun logiciel de blocage ne puisse intervenir. La ville est tombée aux mains de ce groupe grâce aussi à une stratégie de communication numérique qui a distillé auprès des militaires et des policiers irakiens une crainte quant à ses moyens humains, ce qui les a conduits à fuir avant l'arrivée des djihadistes. Pourtant, il n'y avait que 300 soldats de l'EI environ, et Mossoul comptait à l'époque 2 millions d'habitants¹.

Fin 2014, le principal canal de communication de l'EI était Twitter, avec en moyenne 72 retweets pour un tweet publié (Grenier-Chalifoux, 2017). La création d'une boucle sur Twitter peut faire de toute situation un événement médiatique. Tel a été le cas pour la prise de Mossoul ou la Coupe du monde de la FIFA 2014. Le principe est simple : il suffit de reprendre les mots clés #Worldcup et #Brazil2014 et d'y intégrer des contenus djihadistes, ce qui permet de toucher un public international. Cette stratégie a été employée également à l'été 2014 à travers le mot clé #Ébola et en janvier 2015 avec #jesuischarlie (Grenier-Chalifoux, 2017).

I.3 Le rôle d'Internet et des médias sociaux dans le passage à l'acte des terroristes

Le rôle des plateformes numériques est très important dans ce passage à l'acte, car de nombreuses personnes les consultent afin de trouver et d'échanger des techniques sur la conception de bombes (Weimann, 2010). Si cette situation est une source de risques pour la sécurité nationale, il faut toutefois les nuancer, car fabriquer une bombe nécessite des connaissances pointues qui ne sont pas à la portée de tout un chacun. Il y a une grande différence entre l'apprentissage théorique sur Internet et la mise en pratique dans le monde réel (Holbrook, 2015).

Par conséquent, accuser Internet de mettre à disposition des utilisateurs des guides de fabrication de bombes est une erreur, puisque ces derniers étaient publiés dans des revues avant l'émergence des outils digitaux. Ce qui a changé, en revanche, c'est que ces guides peuvent être

¹ Déclaration du journaliste Nassim Nasr, spécialiste des mouvements djihadistes, émission Brut Original, « 7 questions simples sur le djihadisme ».

lus par tout le monde et que les informations qu'ils contiennent sont accessibles rapidement, sous format numérique. On ne lit pas un journal papier comme on lit un blog. De même, les lecteurs de blogs n'ont souvent pas le même profil que les lecteurs de la presse quotidienne². « *Internet est [donc] en grande partie un outil de facilitation qui offre de plus grandes possibilités de radicalisation violente et de planification d'attaques* » (Gill et al., 2017).

I.4 Le rôle d'Internet et des réseaux sociaux face au terrorisme

Quel est le message des terroristes et quelle est leur stratégie de communication digitale ?

Les différentes études à ce sujet révèlent qu'un processus discret « d'engagement » se met en place. Des relations sociales se tissent entre les sympathisants d'un groupe terroriste, alimentant le développement de la radicalisation en ligne (Bowman-Grieve, 2010).

L'analyse graphique de la revue numérique d'al-Qaida, *Inspire*, donne quelques renseignements utiles. Celle-ci véhicule une interprétation rigoriste de l'islam et tire parti du registre culturel de la jeunesse occidentale afin d'inciter ses lecteurs à commettre des actes de violence (Sivek, 2013).

Quant à la revue de l'État islamique, *Dabiq*, elle représente un canal de propagande mais aussi, et surtout, un vecteur de guerre psychologique visant à imposer à tous les pays du monde le point de vue du califat (Gambhir, 2014).

Une autre théorie intéressante est celle des « disséminateurs hors conflits ». Selon celle-ci, des individus sont capables d'influencer un conflit armé au sein d'un pays en jouant sur la perception que les citoyens ont de cet événement, à travers la diffusion de certains contenus numériques. Pour prendre l'exemple de la Syrie, le conflit, ou plus exactement sa construction sociale, s'opère tant au Qatar qu'au Pakistan. La situation est la même en France. Un autre exemple est celui des conflits dans le Caucase du Nord, où des études démontrent que les groupes constitués sur les réseaux Internet peuvent aussi pousser certains individus à s'engager dans le terrorisme. Cet argument a déjà été évoqué lors d'une enquête sénatoriale en 2020, selon laquelle Internet favorise les vocations djihadistes en diffusant des discours théologiques vulgarisés afin d'être compris dans les milieux populaires (Campana & Ducol, 2015). En plus,

² Entretien avec la sociologue Sylvie Octobre, qui publie « Deux pouces et des neurones », un article sur les pratiques culturelles des jeunes de 15 à 29 ans. https://www.lemonde.fr/campus/article/2014/09/24/les-jeunes-lisent-toujours-mais-pas-des-livres_4491903_4401467.html.

des travaux ont prouvé que l'utilisation de la communication graphique est très courante et efficace, car les cibles des terroristes sont plutôt des jeunes qui, en général, préfèrent les images aux textes (Klausen, 2015).

Un autre problème a été mis en évidence par la commission d'enquête sénatoriale en 2020 : il s'agit des prêches en langue arabe diffusés sur Internet, qui peuvent toucher un large public au niveau mondial. La traduction en français de ces prêches ne permet pas de faire toute la lumière sur le caractère très radical du vocabulaire employé.

Doit-on voir un lien causal entre Internet et le passage à l'acte ?

Il convient de préciser avant tout qu'Internet n'a qu'un rôle secondaire dans les trajectoires de radicalisation. De même, ce n'est pas forcément la première vitrine des idées radicales pour d'éventuels futurs terroristes. Internet intervient à différents moments et pour différents individus, et il peut amplifier des idées sous-jacentes chez certains (Ducol *et al.*, 2016).

Un sondage réalisé auprès de 6 020 jeunes de nationalité belge a mis en évidence un lien possible entre la violence et la consultation de sites Internet prônant ce genre de comportement. Selon ces jeunes, un individu peut devenir violent lorsqu'il est confronté à des contenus favorisant les actes criminels en les assimilant à un apprentissage social (Pauwels & Schils, 2016). Pour ces auteurs, ces réseaux virtuels sont un terreau de radicalisation.

Ducol a étudié des forums djihadistes francophones. Il affirme que les contenus diffusés sur ces derniers ont une fonction importante dans le processus de radicalisation. Cependant, il précise qu'une majorité des visiteurs de ces forums (41 %) sont influencés par leur entourage amical ou familial dans le monde réel (Ducol, 2012). Le bouche-à-oreille fonctionne donc très bien, puisque c'est sur les conseils d'un proche dans le monde réel que ces utilisateurs se rendent sur les forums virtuels.

La littérature montre également que l'exposition à des contenus numériques violents est associée à des comportements extrémistes dans le monde virtuel comme réel. À cela s'ajoute un risque de violence politique par des organisations islamistes radicales, des néonazis et des suprémacistes blancs. Il apparaît également que les individus qui cherchent activement des contenus violents sont davantage exposés à ce risque d'extrémisme politique que ceux qui se contentent d'une recherche passive.

On peut en déduire qu'Internet semble jouer un rôle dans la formation du processus décisionnel et dans le passage à l'acte en lui-même, mais avec l'intervention d'éléments extérieurs à la sphère numérique (Hassan *et al.*, 2018). Les terroristes parviennent à toucher leurs cibles « *par l'intermédiaire d'un mécanisme de diffusion ou de réverbération que l'on peut nommer l'onde de choc affectivo-émotionnelle* » (Mannoni, 2004).

I.5 Le rôle des femmes au sein des communautés virtuelles

Une analyse contextualisée à travers le cadre culturel (Mucchielli, 2010) révèle un biais genré selon lequel les femmes sont moins soumises à l'idéologie que les hommes. Cependant, il a été observé qu'en prison, ce sont les femmes qui entretiennent la dynamique. « *Elles n'ont pas été exposées au combat. Elles ont vécu dans une bulle cognitive et n'ont pas démonétisé le djihad sur le front.* »³ Les différentes études soulignent que les femmes peuvent, elles aussi, tomber dans la radicalisation violente. Selon certaines estimations, 30 % des individus qui se rendent sur les zones de combat en Syrie et en Irak sont des femmes (Von Knop, 2007). Pour Micheron (enquête sénatoriale, 2020), ces femmes ne sont pas des victimes mais des instigatrices dont la fonction est de préserver les idées de l'islam radical. L'auteur évoque deux éléments essentiels :

Tout d'abord, les frères ou « le mouvement islamique » ont donné la priorité au système éducatif islamique, puis à l'université dès les années 1990.

Ensuite, les femmes ont commencé à infiltrer ce mouvement islamique, avec une certaine désapprobation de la part des hommes. Jusqu'à présent, elles devaient suivre deux impératifs antinomiques : d'une part, contribuer à la *da'wa* en exerçant des activités sociales et, d'autre part, s'occuper du foyer familial et donner naissance à une nouvelle génération de musulmans.

Enfin, les réseaux sociaux ont bouleversé la situation en permettant aux femmes musulmanes de concilier ces deux impératifs. On assiste ainsi à une forte augmentation des entrepreneuses islamiques, des « mamans entrepreneuses » – « maman » étant un terme utilisé pour donner à la femme une dimension d'innocence. Les associations, les réseaux, les services et les blogs envahissent la sphère numérique : activités *halal*, soins et école à domicile, gestion d'agences de voyages, conseils beauté et bien-être, développement personnel islamique, médecine

³ Audition d'Olivier Roy, professeur au Robert Schumann Centre for Advanced Studies de l'European University Institute de Florence (Italie), mardi 7 janvier 2020, p. 83.

prophétique... « *Toute une économie digitale porteuse de normes islamiques se constitue, qui met en réseau l'Umma [la communauté des croyants], et les femmes y jouent un rôle essentiel.* »⁴

Dès lors, le stéréotype selon lequel plus un environnement présente des risques, plus les femmes y sont absentes n'est plus valable aujourd'hui. Certes, les hommes y sont toujours plus nombreux que les femmes, mais ces dernières créent entre elles des liens sociaux plus durables, ce qui leur permet de solidariser les différents groupes terroristes au sein du monde virtuel (Manrique *et al.*, 2016). Cette situation n'empêche pas pour autant certaines femmes d'être victimes des idées radicales, à l'instar de n'importe quel autre individu recruté par les réseaux extrémistes.

Cependant, la tournure du recrutement des femmes *via* Internet est différente. « *La distanciation et la capacité de dissimulation d'Internet permettent aux femmes de s'affirmer sans pour autant trahir leur idéologie.* » (Alava *et al.*, 2017). Le modèle de la femme djihadiste est de plus en plus apprécié. Les utilisatrices des réseaux sociaux se servent de cette image pour attirer d'autres femmes et les pousser à les rejoindre et à combattre à leurs côtés.

I.6 Une lutte qui se fait à travers des influenceurs digitaux

Les influenceurs digitaux ont un rôle majeur dans la diffusion des contenus djihadistes. Preuve en est, le nombre de *followers* et de consultations sur les comptes Twitter des responsables des groupes. Leur stratégie de communication digitale est particulièrement efficace (voir la note de la DGSi).

La publication de photos ou de vidéos montrant des tueries ou des scènes de décapitation joue sur la corde sensible des spectateurs, avec un impact important en termes d'audience. Les études montrent qu'il existe un lien entre ces images violentes, l'audimat et le traitement politique de celles-ci par le public (Barr & Herfroy-Mischler, 2018). Cette méthode de communication digitale peut même être assimilée à une stratégie de « *guerre diffuse* » (Hoskins & O'Loughlin, 2010).

⁴ *Ibid.*

L'influence du numérique et ses répercussions sur le public sont tellement fortes qu'al-Qaida a réussi, à l'instar des grandes entreprises qui développent des stratégies de e-marketing et de e-commerce, à se forger une image de marque associée à la décapitation.

Les différents travaux sur ce sujet ont clairement démontré la présence de cette stratégie de communication digitale des groupes djihadistes. Celle-ci repose sur trois éléments : légitimité, intimidation et propagation (Corman *et al.*, 2006a).

La guerre médiatique s'appuie sur un système efficace combinant les médias visuels et la propagande, selon un triple axe : fondation médiatique assurant le financement, centre médiatique et structure de production médiatique. À titre d'exemple, « *la fondation médiatique Al-I'tisam, le centre médiatique Al-Hayat et l'établissement Al-Furqan pour la production médiatique* » (Corman *et al.*, 2006b). offrent à l'EI une ouverture médiatique sur le monde, avec des moyens de communication puissants et donc une large audience internationale.

Le groupe terroriste a ainsi tout intérêt à multiplier les vidéos pour faire valoir ses revendications, avec une mise en scène angoissante afin de marquer les esprits du public et de jouer sur ses émotions. Ces vidéos peuvent être diffusées en toute légalité *via* des médias numériques comme YouTube ; plus le nombre de vues est important, plus le message a un impact sur les utilisateurs quant à son importance.

II. LA COMMUNICATION DIGITALE ET LE RÔLE DES ÉMOTIONS

II.1 Les forums de discussions

La plupart des médias numériques créent des forums de discussions. Ces derniers sont souvent pointés du doigt car ils offrent aux groupes extrémistes violents des espaces de propagande où des jeunes gens vulnérables peuvent être exposés à des discours religieux radicaux auxquels ils vont adhérer.

Pour Sageman (2004), les forums de discussions sont des lieux d'échanges actifs, à la différence des sites Internet qui se contentent de donner des informations de manière passive. Selon l'auteur, ces forums favorisent le développement de réseaux, puisqu'ils amplifient les échanges entre des individus partageant les mêmes idées (vécus, expériences, opinions, principes...), consolident les liens interpersonnels et proposent des informations utiles (stratégies, objectifs,

formations). Les groupes extrémistes peuvent aussi utiliser ces forums pour diffuser des guides et des manuels, des photos et des vidéos (Sageman, 2008).

Si les études réalisées dans ce domaine montrent que les NTIC peuvent favoriser les phénomènes de radicalisation, elles ne posent pas un lien direct entre la radicalisation et le passage à l'acte et la violence.

II.1.1 Twitter

Twitter est l'un des réseaux sociaux les plus utilisés au monde. De la littérature, il ressort que les groupes terroristes peuvent tirer de nombreux avantages de ce dernier, car l'identification des comptes est moins facile que sur d'autres réseaux. La tâche des recruteurs de djihadistes est donc facilitée puisqu'ils peuvent préserver leur anonymat (Menkhaus, 2014). Twitter est vu également comme un outil de propagande et une arme politique. Les organisations extrémistes s'appuient sur ce réseau pour diffuser publiquement des informations politiques, religieuses ou autres, en plusieurs langues, ce qui leur permet de construire leur propagande sans réel obstacle (Winter, 2015).

II.1.2 Le *darknet*

Le *darkweb* ou *darknet* est un espace de communication où l'anonymat est garanti. Les travaux de Weimann (2016) dans ce domaine démontrent que les organisations extrémistes s'en servent au quotidien.

II.1.3 YouTube et autres serveurs vidéo

YouTube et Facebook figurent parmi les médias numériques les plus utilisés par les groupes djihadistes/extrémistes. Les travaux relatifs à leur stratégie rhétorique montrent que ceux-ci utilisent les informations qu'ils publient de multiples manières. Vergani (2014) emploie l'expression de « *séduction hypermédia* », car ils s'appuient sur des thèmes visuels que les jeunes rencontrent souvent lorsqu'ils naviguent sur Internet.

Afin de développer le recrutement des jeunes dans le monde entier, les groupes extrémistes travaillent leur communication : contenus mixtes et polyglottes (anglais et français principalement), sous-titrages et/ou voix off (Weimann, 2010). Ils savent que les jeunes

privilégient Internet et les réseaux sociaux pour communiquer et ne consultent que très rarement la presse papier (recherche à faire).

Les messages vidéo sont très habilement construits, avec un schéma tactique bien défini, alliant des propositions non verbales, sous-entendues, et des images percutantes montrant des situations destinées à provoquer des « *réactions psychologiques et émotionnelles ainsi que des réponses violentes* » (Salem *et al.*, 2008).

Les attentats sont filmés puis diffusés sur Internet afin de distiller dans l'esprit des spectateurs une impression d'efficacité et de succès. Cette méthode s'inscrit dans une manipulation psychologique de masse et renforce la notion de « *bulle de filtre* » dans laquelle ces derniers sont incités à plonger (Samuels, 2012 ; Pariser, 2011). En effet, les algorithmes personnalisés utilisés par Google, Facebook, Amazon et Netflix créent une sorte de bulle autour des internautes en leur suggérant des contenus, des informations ou des produits, voire parfois des amis, censés correspondre à leurs goûts, à leurs besoins, à leurs idées ou valeurs. Les utilisateurs vont alors *liker* et *retweeter* des contenus auxquels ils adhèrent. Mais en plus, les algorithmes les incitent à s'enfermer dans leurs propres opinions en leur proposant toujours les mêmes contenus, les coupant ainsi de toute ouverture sur d'autres idées et les plaçant dans une situation de « *monopole cognitif* » (Bronner, 2016). C'est le cas aussi des contenus terroristes diffusés *via* Internet et les réseaux sociaux. Les images servent ensuite à recruter des membres et à attirer des partisans. Elles ne sont pas détruites car elles prouvent la « *capacité d'action des terroristes* » (Alava *et al.*, 2017).

II.2 Les effets des médias sociaux sur l'identité de groupe et l'identité individuelle face à l'émotion

Les réseaux sociaux ont des effets à la fois sur l'identité de groupe et sur l'identité individuelle. Les études mettent en évidence la formation d'une « *fusion identitaire* » (Swann Jr & Buhrmester, 2015), c'est-à-dire que l'identité de l'individu se dilue dans celle du groupe extrémiste, jusqu'à adopter totalement le message, l'idéologie et le vocabulaire de ce dernier. Ce comportement est davantage visible chez les jeunes isolés, demandeurs de liens affectifs, et qui sont donc facilement influençables et susceptibles d'être séduits par la perspective de devenir membres d'une organisation terroriste (Lindekilde *et al.*, 2019).

Cette fusion identitaire s'explique par la coexistence, au sein du cyberspace, d'une multitude d'identités virtuelles pouvant amener la personne à rompre avec son identité individuelle et à endosser celle d'un groupe. C'est le principe de « *la désindividuation* » (Reicher *et al.*, 1995 ; Rogers *et al.*, 2003), qui tire parti de l'isolement des jeunes pour leur proposer de tisser de nouveaux liens sociaux à travers des rencontres et des échanges virtuels. Ils ont ainsi l'impression d'appartenir à une « *communauté virtuelle* » (Blanchard, 2007) et ressentent un « *sentiment de présence* » qui s'amplifie dans un cadre émotionnel (Riva *et al.*, 2007). Ce sentiment de présence est plus fort dans les réseaux virtuels que dans les réseaux physiques (Courbet *et al.*, 2015).

De nombreuses études tendent aujourd'hui à démontrer que les réseaux sociaux utilisant des lignes émotionnelles et communautaires profitent de la fragilité des jeunes (Busher, 2015). En ce sens, leur adhésion à ces réseaux est très souvent considérée comme une phase intermédiaire vers la radicalisation violente ; toutefois, il reste encore à prouver le lien direct entre adhésion aux réseaux extrémistes et radicalisation.

II.3 Un point de vue qui doit être modéré

Le terrorisme n'attire heureusement qu'une infime minorité de jeunes. Ceux-ci sont souvent issus de régions où la richesse économique est une priorité (Alava *et al.*, 2017).

Une enquête réalisée en 2018 sur des jeunes de 13 à 17 ans révèle que l'incidence des réseaux sociaux sur cette catégorie d'âge est neutre, puisqu'il s'agit d'une génération dite *digitale native* qui maîtrise les NTIC (Rideout & Robb, 2018).

D'autres travaux démontrent qu'Internet n'est pas nécessairement responsable de l'essor du terrorisme. Pour Benson (2014), si le nombre d'utilisateurs d'Internet a considérablement augmenté, le nombre d'actes terroristes, lui, n'a pas suivi la même tendance à l'échelle mondiale. Internet a certes amplifié le niveau d'information des terroristes, mais il en est de même pour les États. En fin de compte, le rapport de force entre ceux-ci et les terroristes n'a pas évolué depuis l'émergence d'Internet.

Certains chercheurs considèrent qu'Internet peut être un foyer de radicalisation, mais que celle-ci n'est pas forcément synonyme de violence physique/terroriste.

Pour d'autres auteurs, notamment ceux de *Propaganda 2.0* (Rieger *et al.*, 2013), la plupart des personnes qui consultent des sites ou des réseaux extrémistes rejettent fermement ce type d'idéologie et éprouvent une forte hostilité envers les groupes radicalisés. C'est ce que défend le modèle théorique du *slacktivisme* (Manies, 2012), selon lequel l'activisme sur Internet réduit le niveau social dans le monde réel.

Cependant, les résultats de toutes ces études sont parfois remis en question, notamment en raison de la méthode de collecte des données utilisée (Parekh *et al.*, 2018).

Conclusion

Internet est de plus en plus utilisé en tant que technique de diffusion symbolique des contenus terroristes. Cependant, le phénomène de radicalisation en ligne est parfois contesté en dépit de son caractère évident. Il est prouvé aujourd'hui qu'un individu radicalisé ne commet pas forcément des actes de violence. Les études montrent qu'Internet et les NTIC peuvent favoriser le développement de la radicalisation, mais que pour autant, il serait contre-productif de n'en avoir qu'une vision déterministe (Ducol, 2015).

En effet, la production et la diffusion de contenus numériques par des groupes cherchant à radicaliser les jeunes pour pouvoir mieux les recruter ensuite ne suffisent pas toujours à atteindre ces objectifs, même si cette tactique fonctionne parfois.

Propositions

1. Se focaliser sur la communication stratégique antiterroriste. Des spécialistes du contre-terrorisme comme Marc Sageman (2008), Peter Neumann (2009), Tom Quiggin (2009) et Gabriel Weimann (2010) proposent de contrôler, voire de réécrire les contenus et les récits des groupes terroristes, afin de lutter idéologiquement contre la radicalisation en ligne. Cela passe par le recrutement de *community managers* spécialement dédiés à cette tâche de « contre-récit », qui constitue une forme de contre-terrorisme virtuel.
2. Production de contenus idéologiques concurrents. Il s'agit d'identifier les leaders d'opinion musulmans sur les forums de discussions, puis de les inciter à diffuser des contre-récits vantant un islam modéré et pacifique. Weimann (2006) estime que ces contenus doivent émaner de la communauté musulmane et être diffusés de façon subtile pour une meilleure crédibilité, surtout auprès des jeunes.
3. Lutter contre l'extrémisme grâce à l'art et à la culture. Des supports tels que les bandes dessinées ou les séries télévisées peuvent être intéressants (par exemple, la série *Homeland*).
4. Évaluer plus régulièrement les actions anti-radicalisation et anti-extrémisme violent en ligne. Le but est d'apprécier les effets réels de ces actions, sur le modèle de celles qui ont déjà été mises en place dans le secteur public (sécurité routière, toxicomanie, suicide, etc.). Il est important de s'assurer que celles-ci touchent directement les cibles concernées.

REFERENCE

- Alava, S., Frau-Meigs, D., Hassan, G., & Wei, Y. (2017). *Youth and Violent Extremism**.
- Alava, Séraphin, Frau-Meigs, D., & Hassan, G. (2017). *Youth and violent extremism on social media : Mapping the research*. UNESCO Publishing.
- Barr, A., & Herfroy-Mischler, A. (2018). ISIL's Execution Videos : Audience Segmentation and Terrorist Communication in the Digital Age. *Studies in Conflict & Terrorism*, 41(12), 946-967. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2017.1361282>
- Benson, D. C. (2014). Why the internet is not increasing terrorism. *Security Studies*, 23(2), 293-328.
- Berger, J. M. (2015a). The evolution of terrorist propaganda : The Paris attack and social media. *The Brookings Institution*.
- Berger, J. M. (2015b). The metronome of apocalyptic time : Social media as carrier wave for millenarian contagion. *Perspectives on Terrorism*, 9(4), 61-71.
- Blanchard, G. (2007). *La communication politique partisane sur Internet : Des pratiques et des stratégies nouvelles ?*
- Bowman-Grieve, L. (2010). Irish Republicanism and the Internet : Support for new wave dissidents. *Perspectives on Terrorism*, 4(2), 22-34.
- Brachman, J. M. (2006). High-tech terror : Al-Qaeda's use of new technology. *Fletcher F. World Aff.*, 30, 149.
- Bronner, G. (2016). *La pensée extrême. Comment des hommes ordinaires deviennent des fanatiques ?* Presses universitaires de France.
- Busher, J. (2015). *The making of anti-Muslim protest : Grassroots activism in the English Defence League*. Routledge.
- Campana, A., & Ducol, B. (2015). Voices of the "Caucasus emirate" : Mapping and analyzing north Caucasus insurgency websites. *Terrorism and Political Violence*, 27(4), 679-700.
- Corman, S. R., Schiefelbein, J., Acheson, K., Goodall, B., McDonald, K., & Trethewey, A. (2006). *Communication and media strategy in the jihadi war of ideas*. Consortium for Strategic Communication, Arizona State University Tucson, AZ.
- Courbet, D., Fourquet-Courbet, M.-P., & Marchioli, A. (2015). Les médias sociaux, régulateurs d'émotions collectives. *Hermès, La Revue*, 1, 287-292.
- Ducol, B. (2012). Uncovering the French-speaking jihadisphere : An exploratory analysis. *Media, War & Conflict*, 5(1), 51-70.
- Ducol, B. (2015). *Devenir jihadiste à l'ère numérique : une approche processuelle et*

situationnelle de l'engagement jihadiste au regard du Web.

<https://corpus.ulaval.ca/jspui/handle/20.500.11794/25744>

Ducol, B., Bouchard, M., Davies, G., Ouellet, M., & Neudecker, C. (2016). *Assessment of the State of Knowledge : Connections Between Research on the Social Psychology of the Internet and Violent Extremism.*

Eggert, J. P. (2015). Women Fighters in the "Islamic State" and Al-Qaida in Iraq : A Comparative Analysis. *Die Friedens-Warte*, 363-380.

Gambhir, H. K. (2014). Dabiq : The strategic messaging of the Islamic State. *Institute for the Study of War*, 15(4).

Gill, P., Corner, E., Conway, M., Thornton, A., Bloom, M., & Horgan, J. (2017). Terrorist use of the Internet by the numbers : Quantifying behaviors, patterns, and processes. *Criminology & Public Policy*, 16(1), 99-117.

Grenier-Chalifoux, W. (2017). *Radicalisation hors ligne : Le rôle des réseaux sociaux dans le passage à l'acte terroriste islamiste (1990-2016).*

Hasan, Y., Bègue, L., Scharkow, M., & Bushman, B. J. (2013). The more you play, the more aggressive you become : A long-term experimental study of cumulative violent video game effects on hostile expectations and aggressive behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49(2), 224-227.

Hassan, G., Brouillette-Alarie, S., Alava, S., Frau-Meigs, D., Lavoie, L., Fetiù, A., Varela, W., Borokhovski, E., Venkatesh, V., Rousseau, C., & Sieckelinck, S. (2018). Exposure to Extremist Online Content Could Lead to Violent Radicalization: A Systematic Review of Empirical Evidence. *International Journal of Developmental Science*, 12(1-2), 71-88.

<https://doi.org/10.3233/DEV-170233>

Holbrook, D. (2015). A critical analysis of the role of the internet in the preparation and planning of acts of terrorism. *Dynamics of Asymmetric Conflict*, 8(2), 121-133.

Hoskins, A., & O'Loughlin, B. (2010). *War and media*. Polity.

Kiras, J. D. (2007). Irregular warfare : Terrorism and insurgency. *Understanding modern warfare*, 224, 186-207.

Klausen, J. (2015). Tweeting the Jihad : Social media networks of Western foreign fighters in Syria and Iraq. *Studies in Conflict & Terrorism*, 38(1), 1-22.

Koehler, D. (2014). The radical online : Individual radicalization processes and the role of the Internet. *Journal for Deradicalization*, 1, 116-134.

Lindekilde, L., Malthaner, S., & O'Connor, F. (2019). Peripheral and embedded : Relational

patterns of lone-actor terrorist radicalization. *Dynamics of Asymmetric Conflict*, 12(1), 20-41.

Manise, J. (2012). *De l'activisme numérique au militantisme de terrain*.

Mannoni, P. (2004). *Les logiques du terrorisme*.

Manrique, P., Cao, Z., Gabriel, A., Horgan, J., Gill, P., Qi, H., Restrepo, E. M., Johnson, D., Wuchty, S., & Song, C. (2016). Women's connectivity in extreme networks. *Science advances*, 2(6), e1501742.

Menkhaus, K. (2014). Al-Shabaab and Social Media : A Double-Edged Sword. *The Brown Journal of World Affairs*, 20(2), 309-327.

Mozes, T., & Weimann, G. (2010). The e-marketing strategy of Hamas. *Studies in Conflict & Terrorism*, 33(3), 211-225.

Mucchielli, A. (2010). *Situation et communication*. Les éditions Ovidia.

Parekh, D., Amarasingam, A., Dawson, L., & Ruths, D. (2018). Studying Jihadists on Social Media : A Critique of Data Collection Methodologies. *Perspectives on Terrorism*, 12(3), 5-23.

Pariser, E. (2011). *The filter bubble : What the Internet is hiding from you*. Penguin UK.

Pauwels, L., & Schils, N. (2016). Differential online exposure to extremist content and political violence : Testing the relative strength of social learning and competing perspectives. *Terrorism and Political Violence*, 28(1), 1-29.

Reicher, S. D., Spears, R., & Postmes, T. (1995). A social identity model of deindividuation phenomena. *European review of social psychology*, 6(1), 161-198.

Rideout, V., & Robb, M. B. (2018). Social media, social life : Teens reveal their experiences. *San Francisco, CA: Common Sense Media*.

Rieger, D., Frischlich, L., & Bente, G. (2013). *Propaganda 2.0 : Psychological effects of right-wing and Islamic extremist internet videos*.

Riva, G., Mantovani, F., Capideville, C. S., Preziosa, A., Morganti, F., Villani, D., Gaggioli, A., Botella, C., & Alcañiz, M. (2007). Affective interactions using virtual reality : The link between presence and emotions. *CyberPsychology & Behavior*, 10(1), 45-56.

Rogers, P., Lea, M., & Spears, R. (2003). *Social processes in electronic team work : The central issue of identity*.

Sageman, M. (2004). *Understanding terror networks*. University of Pennsylvania Press.

Sageman, M. (2008). A strategy for fighting international Islamist terrorists. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 618(1), 223-231.

Salem, A., Reid, E., & Chen, H. (2008). Multimedia content coding and analysis : Unraveling the content of Jihadi extremist groups' videos. *Studies in Conflict & Terrorism*, 31(7),

605-626.

Samuels, M. G. (2012). The Filter Bubble : What the Internet is Hiding from You by Eli Pariser. *InterActions: UCLA Journal of Education and Information Studies*, 8(2).

Seib, P. (2008). *The Al Jazeera effect : How the new global media are reshaping world politics*. Potomac Books, Inc.

Sivek, S. C. (2013). *Packaging Inspiration : Al Qaeda's Digital Magazine Inspire and Self-Radicalization*.

Swann Jr, W. B., & Buhrmester, M. D. (2015). Identity fusion. *Current Directions in Psychological Science*, 24(1), 52-57.

Torok, R. (2010). "Make A Bomb In Your Mums Kitchen" : Cyber Recruiting And Socialisation of 'White Moors' and Home Grown Jihadists.

Vergani, M. (2014). Neojihadism and Muslim-Christian relations in the Mindanao resistance movement : A study of Facebook digital narratives. *Islam and Christian-Muslim Relations*, 25(3), 357-372.

Weimann, G. (2006). *Terror on the Internet : The new arena, the new challenges*. US Institute of Peace Press.

Weimann, G. (2008). Hezbollah Dot Com : Hezbollah's Online Campaign. *New Media and Innovative Technologies*, 17-38.

Weimann, G. (2010). Terror on Facebook, Twitter, and YouTube. *The Brown Journal of World Affairs*, 16(2), 45-54.

Weimann, G. (2015). Terrorist migration to social media. *Geo. J. Int'l Aff.*, 16, 180.

Weimann, G. (2016). Terrorist migration to the dark web. *Perspectives on Terrorism*, 10(3), 40-44.

Winter, C. (2015). *The Virtual 'Caliphate' : Understanding Islamic State's Propaganda Strategy* (Vol. 25). Quilliam London.