

« La presse ne doit pas faire le jeu des trolls »

En ligne, l'extrême droite diffuse la haine en jouant la provocation et en pourrissant le débat. Les médias doivent veiller à ne pas amplifier ses idées

Entretien

Whitney M. Phillips, maître assistante en études littéraires à la Mercer University (Géorgie), étudie les pratiques agressives en ligne. Elle s'intéresse tout particulièrement aux trolls, ces internautes qui ruinent sciemment la discussion sur le Web par la provocation ou le harcèlement. Cette pratique, qui prend le ton de la plaisanterie, est de plus en plus employée par l'extrême droite afin de propager ses idées. Whitney M. Phillips est l'auteur de *This is Why We Can't Have Nice Things. Mapping the relationship between online trolling and mainstream culture* (« C'est pour ça que l'on ne peut pas avoir de jolies choses. Le trolling et la culture dominante », MIT Press, 2015, non traduit).

Qu'est ce qu'un « troll » ?

Le phénomène est difficile à comprendre. Il n'a pas cessé de se transformer depuis l'apparition de cette expression dans les années 1980. A l'époque, le Web tel que nous le connaissons n'existait pas encore. C'est sur Usenet, un réseau qui hébergeait déjà des forums de discussion, que le mot « troll » a fait son apparition. Il revêtait un sens strictement péjoratif et servait à condamner chez les autres un comportement jugé déplacé. Le sens de ce mot évolue cependant au début des années 2000. Soudainement, des internautes se sont mis à se revendiquer en tant que trolls. Le terme ne servait plus à réprover le comportement de quelqu'un, mais à se vanter de faits d'armes peu glorieux.

Dans son sens le plus fort, le mot « troll » décrit, aujourd'hui, des comportements délibérément malveillants et moqueurs pour provoquer une forte réaction. Cela prend généralement la forme de harcèlement, de blagues potaches racistes, misogynes. Le phénomène est tel qu'il forme maintenant une contre-culture. Des mêmes Internet, des images ou textes largement partagés et imités en ligne sont utilisés pour incarner cet esprit provocateur. Des références communes, des blagues pour initiés circulent désormais et sont très diffusées en ligne, où l'information voyage très vite. Les trolls peuvent ainsi se reconnaître entre eux et revendiquer une identité commune.

Le « trolling » est-il devenu un outil de propagande politique ?

Oui, bien sûr. La campagne en vue de la présidentielle aux Etats-Unis en donne l'exemple, de façon extrêmement bizarre. Le mouvement que l'on appelle Alternative Right [ou *Alt-Right*, la droite réactionnaire, opposée au conservatisme traditionnel du Parti républicain] est très actif et propage un discours ouvertement intolérant et sectaire, au prétexte de s'opposer au politiquement correct. Mais les membres de cette mouvance affirment aussi qu'il ne faut pas la prendre au sérieux, qu'ils ne font que blaguer, brouillant ainsi les cartes.

La campagne est donc marquée par cette animosité, et Donald Trump, avec ses multiples dérapages, en a donné le ton. Son compte Twitter est dévastateur, il s'y livre à des attaques répétées contre différentes communautés, les femmes, etc. Des personnalités puissantes et influentes peuvent désormais adopter le même comportement que l'internaute moyen. Le trolling, ou le comportement hostile en ligne, s'est diffusé à tous les niveaux du discours public. Il aggrave la polarisation politique de notre époque. Pour dépasser ce clivage, il faudrait pouvoir avoir des discussions élaborées. Or Internet ne s'y prête pas nécessairement. Les tweets ne font pas plus de 140 caractères, il n'y a pas de place pour la nuance.

Y a-t-il des groupes de trolls qui lancent des opérations afin de diffuser certaines idées ou de pourrir le débat ?

Oui, l'un des lieux de convergence pour l'Alt-Right est la page *R/the_donald* sur le forum Reddit. L'un des usages qui y est encouragé est le *shit posting* (« faire des posts de merde »). En gros, cela consiste à créer des memes offensants, et à les répandre le plus possible. L'objectif est d'empêcher le débat sur les programmes des candidats. La presse en est réduite, à cause de l'impact de ces publications, à devoir rendre compte de ces memes, tels que *Pepe the Frog*, une grenouille au sourire narquois, aujourd'hui adoptée par l'extrême droite et coiffée comme Donald Trump.

Est-ce une stratégie efficace ?

On ne peut pas le nier. Car la presse se fait régulièrement l'écho des frasques des trolls et diffuse ainsi leurs idées. Par exemple, la comédienne noire Leslie Jones a été la cible, cet été, d'attaques racistes en ligne lancées notamment par certaines personnes venues de l'Alt-Right. Et rendant compte des faits, les journalistes ont largement diffusé les messages véhiculés par cette droite ultra. Il reste cependant très difficile d'appréhender ce nouveau militantisme. On sait que des dizaines de milliers de personnes participent aux

discussions sur *R/the_donald* pour échanger des idées. Mais on est loin d'une organisation politique traditionnelle. Tout reste informel, il n'y a pas de registre précis avec le nom et le numéro de téléphone des militants.

Que peut faire la presse pour ne pas tomber dans le piège tendu par les trolls ?

Difficile question. Quand des chercheurs se sont intéressés aux blagues faites à propos d'Auschwitz et qu'ils les ont recueillies, ils étaient confrontés au même problème : l'archivage facilite l'accès au discours haineux. La question n'est pas nouvelle, mais sur Internet les échanges sont si rapides qu'un phénomène a vite fait de

prendre de l'ampleur, alors qu'un livre sur Auschwitz ne circulera pas tant que cela. Les questions d'éthique sont importantes.

Dans mon travail, je tente de mettre les choses en contexte et de ne pas me contenter de répéter les choses horribles que des internautes font. J'évite surtout de faire des trolls des antiéros, tout comme la presse doit éviter d'en faire des figures médiatiques. C'est d'autant plus important que différentes personnalités de l'Alt-Right avancent à visage découvert et se font ainsi connaître, choisissant de ne pas se réfugier dans l'anonymat. Il est donc important de ne pas leur accorder l'attention qu'elles cherchent à attirer.

Les journaux accueillent des forums de discussion où sévissent les trolls. Que doivent-ils faire ?

Après tout, les trolls sont des contributeurs assidus au débat et suscitent par leurs commentaires du trafic sur les sites d'une presse en quête d'une plus large audience.

Les sites doivent décider quelles voix ils souhaitent encourager. Des outils technologiques existent pour écarter les pires commentaires. Il faut aussi se rendre compte qu'en ligne prévaut une conception de la liberté d'expression selon laquelle il faut protéger et tolérer les propos les plus offensants.

Mais le problème, c'est qu'une telle licence garantit que certaines personnes seront réduites au silence. En autorisant le harcèlement ou le déversement de la haine, on limite la diversité des points de vue susceptibles de s'exprimer. Parfois, certaines personnes doivent se taire pour que la liberté d'expression existe pour tous. Les éditeurs de sites Internet doivent savoir que s'ils modèrent trop peu les espaces de discussion, un point de vue triomphera sur leur site. Les forums de discussion ne doivent pas être de simples chambres d'écho où on laisse dire tout et n'importe quoi. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR
MARC-OLIVIER BHERER

« C'EST SUR USENET, UN RÉSEAU DE FORUMS DE DISCUSSION, QUE LE MOT "TROLL" A FAIT SON APPARITION »
« LE TROLLING, OU COMPORTEMENT HOSTILE EN LIGNE, AGGRAVE LA POLARISATION POLITIQUE DE NOTRE ÉPOQUE »