

**Des messages à la frontière
entre opinion et discours de haine**

**Une analyse de la communication des personnalités
politiques belges sur les réseaux sociaux**

Executive summary

Recherche effectuée pour le compte d'Unia
en réponse au marché décrit par le Cahier spécial des charges n°U2018/03

Promoteurs :

Barbara DE COCK & Philippe HAMBYE (UCLouvain)

Marina Temmerman & Roel COESEMANS (Vrije Universiteit Brussel)

Chercheurs :

Pauline DUPRET & Andrea Pizarro Pedraza (UCLouvain)

Raymond HARDER (Vrije Universiteit Brussel)

La frontière entre les opinions et les discours incitant à la haine n'est pas toujours facile à déterminer. Il subsiste entre les deux une catégorie intermédiaire de discours qui peuvent alimenter ou justifier la discrimination ou la haine envers certains groupes, sans y inciter explicitement. La recherche présentée vise à montrer les stratégies et phénomènes linguistiques caractéristiques des messages de cette « zone grise » entre opinions et discours incitant à la haine. Elle est basée sur un corpus de productions de personnalités politiques des principaux partis politiques sur les réseaux sociaux (Twitter et Facebook). Cette étude a été menée de façon parallèle tant au nord¹ qu'au sud² du pays.

Les messages ont été collectés au cours de la campagne électorale de mai 2019 et durant les mois qui ont précédé cette campagne, de manière à pouvoir comparer les discours produits durant ces deux périodes. À cet égard, l'analyse n'a pas révélé de différences significatives entre les deux périodes en ce qui concerne les discours incitant à la haine, ce qui pourrait être dû à un mode de campagne 'permanent' (ou en tout cas continu depuis les élections d'octobre 2018).

Cette recherche s'est concentrée sur les discours relatifs à des groupes ou individus caractérisés par leur conviction religieuse ou philosophique, leur origine ethnique ou leur orientation sexuelle (soit des critères de discrimination liés aux missions d'Unia. Après avoir recueilli tous les messages de ce type, nous avons identifié ceux qui relevaient de la « zone grise » et qui construisaient une représentation dévalorisante voire menaçante d'un groupe social donné, justifiant ainsi potentiellement la discrimination ou la haine envers ce groupe. Ce travail d'identification a été mené par plusieurs annotateurs qui ont confronté leurs analyses.

Pour le corpus analysé, ces messages ont été produits majoritairement par des candidat.e.s de Listes Destexhe et du Parti Populaire, mais ils apparaissent également dans le discours de personnalités importantes d'autres partis francophones.

Presque tous ces messages en néerlandais proviennent d'un seul et même parti politique, le Vlaams Belang. Ensuite vient la N-VA avec un nombre très limité de cas. Cela signifie que l'utilisation contestable du langage par les politiques sur les médias sociaux en Flandre est un phénomène qui ne touche pas la grande majorité des partis (du moins pas dans le corpus que nous avons étudié).

Au sein du corpus, 10 exemples ont été sélectionnés pour illustrer de manière précise le fonctionnement de ces discours. Ils sont l'objet d'une analyse détaillée dans le rapport.

Les messages analysés contiennent très peu de stratégies incitant ouvertement à la haine mais se basent surtout sur un langage implicite et indirect. Ils *suggèrent* plus qu'ils *n'affirment* que certains groupes représentent un problème voire un danger. Pour ce faire, ils utilisent souvent les stratégies suivantes :

- créer une opposition claire entre le propre groupe (endogroupe) et un autre groupe (exogroupe) en suggérant une composition homogène de chacun ;
- représenter l'exogroupe de façon négative sur base de caractéristiques supposées en *l'associant* à des phénomènes ou actions négatives ;

¹ La partie du rapport en néerlandais peut être consultée via le lien suivant : <https://www.unia.be/nl/publicaties-statistieken/publicaties/tussen-opinie-en-haat>.

² La partie du rapport en français peut être consultée via le lien suivant : <https://www.unia.be/fr/publications-et-statistiques/publications/entre-opinion-et-discours-de-haine>.

- nommer l'exogroupe de façon relativement vague, laissant de la place à l'implicite et à l'interprétation, ou l'étiqueter de façon très négative ;
- employer l'hyperbole et la métaphore ;
- disqualifier les discours qui proposent une vision des choses alternative ou contradictoire.

La nature implicite et indirecte des discours est un atout majeur pour les auteurs de ces messages. D'une part, elle leur permet d'éviter d'être critiqués, voire condamnés si leurs propos transgressent certaines limites légales : comme ils n'ont pas formulé les choses de manière explicite, ils peuvent toujours prétendre qu'on les a mal compris ou qu'ils n'ont pas *dit* ce que leur message laisse pourtant entendre. D'autre part, comme le montre d'ailleurs l'analyse des réactions des citoyen.ne.s à ces messages, cela n'empêche en rien leur discours d'être très efficace et d'être compris par celles et ceux auxquels il s'adresse : pour être compris par ceux qui partagent leurs représentations ou leurs opinions, il n'est même pas nécessaire d'être explicite. Ces personnes réagissent de manière voulue et vont souvent plus loin que les auteurs des messages. Cette manière de faire passer des messages de manière implicite aux personnes qui partagent un même imaginaire est connue dans la littérature sous le nom de *dog whistle strategy* ('stratégie du sifflet à chiens').

Sans inciter directement à la haine, les discours analysés contribuent à véhiculer une image très monolithique et négative de certains groupes sociaux, tout en s'appuyant pour ce faire sur un imaginaire partagé et constitué par l'ensemble des discours qui circulent dans le débat public. C'est donc le rôle de ces différents types de discours qu'il convient d'interroger pour comprendre comment se diffusent aujourd'hui les discours de haine dans notre société.