

INTERNATIONAL Les internautes vont bientôt disposer d'outils de contre-discours fournis par les géants du Net pour lutter contre la propagande djihadiste. La promesse d'une nouvelle étape dans la guerre du Web menée contre Daech.

La Toile s'organise contre Daech

A côté du terrain militaire, Internet est l'autre champ de bataille pour contrer Daech. Un espace que les djihadistes n'ont pas manqué de prendre d'assaut. Web radios, applications mobiles, vidéos... Au total, EI publie quelque 15 000 documents par an sur le Net, dont 800 vidéos et une vingtaine de magazines traduits en 11 langues.

Qui surveille la propagande djihadiste sur le Web? Les services de renseignements de l'Etat, et plus que jamais les internautes, sur Facebook, Twitter ou YouTube, terrain de recrutement privilégié des djihadistes. Sommés d'agir par leurs utilisateurs, ces sites ont mis en place des onglets permettant de signaler tout contenu illicite. Ces signalements, après avoir été vérifiés par les modérateurs des sites, sont transmis à la plateforme du ministère de l'Intérieur Pharos qui comprend une trentaine de spécialistes de la cybercriminalité.

LES HACKERS EN RENFORT

Depuis les attentats de Paris de janvier 2015, Anonymous se déclare être entré dans une cyberguerre totale contre Daech. Ces « hacktivistes » assurent avoir désactivé quelque 57 000 comptes liés à l'EI sur les réseaux sociaux et même déjoué un attentat en Italie en décembre. Leurs opérations sont émaillées de gros bugs : parmi les comptes effacés, ceux de doctorants, de chercheurs et de journalistes travaillant sur l'extrémisme, voire ceux de jeunes filles ayant la particularité de se prénommer Isis (autre façon en anglais de désigner Daech). « Les actions d'Anonymous sont désordonnées et inefficaces, juge François Paget, secrétaire général adjoint du Club de la sécurité de l'information français. En revanche, des hackers moins bruyants tel le Ghost Security Group sont de plus en plus nombreux à collaborer avec les services. »

En un an, 32 000 signalements ont été enregistrés et 283 sites bloqués. De son côté, Twitter a annoncé avoir supprimé, en février 2016, 125 000 comptes faisant l'apologie du terrorisme depuis la mi-2015. Même politique de suppression de pages et de collaboration avec les autorités pour Facebook. Si ces chiffres restent modestes, le changement d'attitude des réseaux sociaux est notable. L'EI semble s'en inquiéter à en croire sa réponse dans sa vidéo de mars dernier sous forme de menace directe aux patrons des deux réseaux sociaux.

Mais, pour les Gafa, pas question de s'arrêter au milieu du chemin. Ceux-ci et Twitter, engagés depuis un an dans des pourparlers avec le gouvernement sur les moyens de lutte contre la propagande djihadiste, pourraient financer avant 2017 une structure juridique permettant à la société civile et aux associations de lutter contre la radicalisation en ligne. Ce futur organisme pourrait s'inspirer de la fondation Quilliam en Grande-Bretagne, spécialisée dans la lutte contre l'islamisme, qui réalise un travail d'alerte et de recherche sur le phénomène de la radicalisation et organise des stages de « déradicalisation » auprès des jeunes, notamment via les témoignages de repentis. Ou encore de l'Institut pour le dialogue stratégique, organisation anglo-saxonne qui travaille avec Facebook et conçoit des programmes éducatifs pour sensibiliser les jeunes.

En attendant, Facebook, Twitter et Google ont déjà mis la main à la poche pour financer, à hauteur de 60 000 euros, Seriously, une plateforme de contre-discours abritée par le think tank Renaissance numérique, qui verra le jour en mai. But : donner à tout internaute et

association les moyens d'opposer des contre-discours efficaces à la propagande djihadiste. « Ce sera une plateforme en marque blanche que chacun pourra s'approprier, précise Guillaume Buffet, fondateur de Renaissance numérique. L'approche se fera sur le ton de la désescalade et de l'argumentation. » Conseils, fact-checking, partage de

médias... Les contenus seront réalisés en partenariat avec des experts d'organismes de référence comme Marc Hecker de l'Ifri et des chercheurs du CNRS. « Il s'agit d'aider les internautes et associations à maîtriser les codes de la communication et à rendre ces messages plus visibles », explique Delphine Reyre, directrice des affaires publiques de Facebook France.

L'émetteur du message sur la question est fondamental. En témoigne la politique de contre-discours française pilotée par le Service d'information du gouvernement (SIG). Sa plateforme stop-djihadisme.gouv.fr, qui regroupe une dizaine de *community managers*, affiche moins de 7 000 *followers* sur Twitter et guère plus d'amis sur Facebook. Mais le SIG promet lui aussi de changer de braquet. Deux nouveaux films publicitaires s'appuyant sur les témoignages en français et en arabe de victimes de Daech en Syrie seront mis en ligne sous quinze jours. Et les équipes et budgets (à peine 100 000 euros pour la première série de films) devraient s'étoffer.

« Nous avons bien conscience qu'avec toutes ces théories du complot une institution ne peut être le bon émetteur. Seule une mobilisation citoyenne peut toucher le cœur du réacteur », reconnaît Christian Gravel, le directeur du SIG. Citoyens internautes, à vos clics !

Lionel Lévy