

LA TOILE SOUS INFLUENCE

Par Kim Dal Zilio

COMMENT L'EXTRÊME DROITE MONOPOLISE LA BATAILLE CULTURELLE



Internet dépasse largement les frontières nationales, permettant, grâce à l'extrême viralité de ses contenus, de toucher un public très vaste sur base d'intérêts ou de convictions communes. S'agissant de l'extrême droite, d'hyperliens en recommandations, l'algorithmique régurgite à l'envi ses obsessions antidémocratiques à l'internaute qui se sera laissé guider de liens en liens, l'enfermant ainsi dans une « bulle de filtres » : grand remplacement, antiféminisme, immigration, antiwokisme...

La présence des idéologues de l'extrême droite au sein de l'espace numérique ne date pas d'hier. Comme le rappelle François Debras dans notre interview, dès le début des années 2000, alors qu'Internet n'était encore qu'à ses prémices, le Front National français a été l'un des premiers partis politiques à avoir sa propre page en ligne. À l'époque, son discours suscitant encore des levées de boucliers dans les grands médias, Internet apparaît comme un moyen privilégié de développer ses convictions. Ce site officiel est toutefois déjà pensé comme étant la face visible d'un parti qui souhaite lisser son image.

COMMUNICATION 2.0

C'est au sein de la fachosphère, néologisme créé à partir des mots « fascisme » et « blogosphère » (issu de blog : « site Web d'un individu, sorte de carnet de bord dans lequel il exprime ses points de vue, ouvrant son espace aux réponses d'internautes ») que l'extrême droite va trouver un espace où promouvoir et faire

vivre ses idées. L'objectif étant de passer outre le journaliste pour s'adresser directement au lecteur. L'un des plus connus est le blog français « Fdesouche¹ ». Mais la Belgique n'est pas en reste. On se souviendra notamment de Schild & Vrienden, groupuscule fondé par Dries Van Langenhove, ex-député de la N-VA, qui a valu à l'intéressé d'être condamné à un an de prison ferme pour infraction à la loi sur le racisme et le négationnisme par le tribunal correctionnel de Gand. En effet, un reportage de la VRT avait mis le doigt sur des messages racistes et antisémites échangés sur des forums de discussion privée par ses sympathisants.

Un autre espace numérique où l'extrême droite va véritablement trouver écho à ses aspirations réactionnaires, c'est sur Youtube, plateforme vidéo privilégiée notamment par les antisémites notoires Alain Soral et Dieudonné, mais aussi par d'autres internautes proches de l'extrême droite. Avec l'avènement des réseaux sociaux, les canaux de propagande de ces militants réactionnaires vont se multiplier, leur permettant d'étendre considérablement leur emprise.

UN BUSINESS MODEL QUI FAVORISE LA POLARISATION

Alors qu'aux prémices de ces réseaux sociaux, l'utilisateur choisissait les pages auxquelles il adhéraait, et les « amis » dont il souhaitait suivre les aventures et prises de position pour composer son « fil d'actualité », désormais l'algorithme est roi et expose majoritairement celui-ci à des contenus qu'il n'a pas choisis, et ce, sur un modèle économique qui valorise le clash et les controverses. Ce qui est en jeu, ce sont notre attention et l'émotion que ces contenus suscitent. Car un contenu qui nous fâche ou nous révolte va provoquer une plus grande envie de réagir, souvent à chaud et sans prendre le temps, pourtant salutaire, de la réflexion. Or, au plus nous passons du temps sur ces plateformes, au plus elles sont gagnantes. Plus de clics, plus de vues, c'est assurément plus d'annonceurs. Et certains influenceurs l'ont bien compris, n'hésitant pas à surfer sur les polémiques et à souffler sur les braises.

Le succès de leurs opérations, précise Nicolas Lebourg, historien spécialiste de l'extrême droite, ne dépend pas que des médias en ligne : « *Y contribuent aussi l'émergence des chaînes de télévision d'information continue, structurellement demandeuses de polémiques, puis l'extension de leur modèle discursif* ».

QUI SONT CES INFLUENCEURS ?

En grande majorité (mais pas exclusivement, voir encadré), il s'agit d'hommes, relativement jeunes, blancs et hétérosexuels. Ils partageraient entre autres un rejet des discours des médias officiels. Tristan Boursier, docteur en sciences politiques, précise : « *Ils défendent une idéologie, nationaliste, autoritaire et antidémocratique via les réseaux sociaux, et s'inspirent largement des tactiques mi-*

*litantes de l'alt-right états-unienne*³. *Tout comme elle, ils se positionnent contre le multiculturalisme, l'immigration, la gauche, les droits des femmes, des minorités sexuelles, etc.*⁴ ».

Afin d'étendre leur influence, et pour contourner la modération mise en place par les plateformes, ce petit monde va également renforcer sa présence sur Instagram ou Tik Tok, où l'on retrouve un public plus jeune. Adoptant le format court et viral des réels et des contenus apparaissant comme moins idéologiques, ils récupèrent à leur profit les codes de ces plateformes pour toucher un nouveau public et distiller insidieusement leur idéologie raciste et réactionnaire. Pour ce faire, ils mélangent influence et divertissement, et se présentent comme dépolitisés. Sur leurs réseaux, ils vont ainsi orienter leur discours sur la séduction, le fitness ou la promotion d'un certain style de vie. Mais qu'on ne s'y trompe pas, en filigrane de ces contenus en apparence bénigne, se cachent bel et bien les thématiques chères à l'extrême droite. Les coachs en séduction, par exemple, exhibent une vision du monde terriblement misogyne, où les femmes seraient des proies redevables aux hommes et

sur lesquelles il s'agirait de déployer son emprise. Tristan Boursier dans ses recherches remarque par ailleurs que « *l'antiféminisme (opposition à l'égalité hommes-femmes) est un thème structurant chez ces influenceurs (...)* Le discours antiféministe leur permet de radicaliser une partie de leur public vers d'autres idées du corpus d'extrême droite, notamment la croyance en l'existence de races. L'essentialisation des genres facilite l'adhésion à l'essentialisation des humains par leur religion, leur race supposée ou leur culture, créant un lien entre antiféminisme et racisme ».

POUR QUELS IMPACTS ?

Pour de nombreux influenceurs, il y a un enjeu à mener : « la bataille culturelle ». Dries Van Langenhove, encore lui, parle de « réinfosphère », à savoir « une volonté de réinformer la société ». Benjamin Biard souligne en effet que dans ses vidéos « *il intervient, lui et lui seul assis derrière sa caméra, pour réinterpréter l'actualité* ». De fait, on se rend compte que les politiques, tout comme les mé-

L'EXEMPLE NÉMÉSIS : ÇA EN A L'ASPECT, MAIS ÇA N'EN EST PAS

En France, l'électorat de Marine Le Pen est de 53% de femmes. Le collectif Némésis est une illustration éloquent de ces groupements qui déferlent sur la toile afin de pratiquer de la récupération, avec ici pour cibles principales les femmes. Elles se disent féministes, maîtrisent les codes de la militance 2.0 mais défendent en fait des idées identitaires et racistes. Reçu favorablement à l'extrême droite, il est désavoué et très critiqué par plusieurs collectifs pour son instrumentalisation du féminisme. Pour installer sa légitimité, il reprend à son compte de nombreux codes militants des féministes, comme les collages de rue (par exemple avec le mot valise « Rapefugees » qu'on pourrait traduire par réfugié-violeur). Très critique à l'égard des féministes traditionnelles, le groupe se présente comme « l'île où les rescapés du féminisme peuvent se réfugier ». Pourtant, comme le pointe *Le Monde*, « *le « féminisme » revendiqué par Némésis ne s'attaque qu'aux violences sexuelles prétendument commises par les étrangers* », en ignorant donc, selon l'analyse de Caroline De Haas, « *une immense majorité des cas de violence ; le Collectif n'évoque pas les droits des femmes, l'égalité salariale, la répartition des tâches ménagères ni l'IVG*⁵ ».

dias, récupèrent à leur compte les stratégies de l'influence car les lignes entre les uns et les autres sont extrêmement poreuses.

Soutenus par une armée d'internautes prêts à partager et alimenter leurs vidéos, le but de ces influenceurs est de progressivement déplacer le curseur médiatique pour imposer le narratif de la droite extrême, et ce jusque dans les médias grand public. Pour ce faire, ils maîtrisent parfaitement les codes des médias 2.0 mais également l'art de l'euphémisation, soit le fait d'édulcorer certains mots trop marqués idéologiquement. Un exemple : plutôt que de parler de déportation de personnes d'origine étrangère, ils parleront de « remigration », une façon de rendre plus lisse et plus inoffensive une idée pourtant similaire.

Cette stratégie répond également à la tension dans laquelle sont pris ces militants de la toile : rendre aussi viral que possible un discours d'extrême droite mais en même temps viser plus large et donc grand public pour répondre au business model de ces réseaux et permettre à leurs idées d'élargir davantage la fenêtre d'Overton⁶.

UN RÉEL DANGER POUR NOS DÉMOCRATIES

Twitter, déjà connu pour valoriser les polémiques en 140 caractères, a été racheté par Elon Musk en 2023 et rebaptisé X. Désormais seul maître à bord, le même Musk, qui n'a pas hésité à faire un salut nazi à l'investiture de Trump et à soutenir ouvertement l'AFD allemande, fait la part belle aux idées les plus extrêmes. Le témoignage de France Inter est à ce titre édifiant : « *L'équipe de L'Oeil du 20 heures a décidé de créer un compte lambda. Quelques minutes après sa création, Elon Musk est partout (...). Puisque X insiste, nous nous abonnons au compte du milliardaire. Le réseau s'emballe alors, nous proposant de suivre des entreprises*



d'Elon Musk, telles que SpaceX, ou encore un influenceur masculiniste et le compte de Donald Trump (...) ». Mark Zuckerberg, grand patron de Facebook, a quant à lui déclaré en annonçant l'abandon du programme de fact-checking que le monde de l'entreprise « *serait "émasculé"* ». « *Cette sorte d'énergie masculine, je crois que c'est une bonne chose.* » Il ajoute : « *Je pense qu'une culture d'entreprise qui célèbre, un peu plus, l'agressivité à ses propres mérites, très positifs.* »

Malgré tous leurs défauts, les réseaux sociaux nous ont permis, militants et associations de gauche, de nous connecter, d'élaborer des discours et stratégies politiques, de nous mobiliser sur des enjeux fondamentaux pour la démocratie. Aujourd'hui, ils ont la capacité de filtrer et de censurer nos idées de manière à ce que les thématiques de la droite dure soient les seules qui semblent exister, au point de transformer notre perception du réel et d'enfermer le grand public dans des bulles algorithmiques. Face à ce constat, que faire, rester ou quitter ? À l'image du grand départ collectif de la plateforme X pour voguer vers des horizons plus démocratiques et décentralisés... Mais alors ne risquerait-on pas de se retrouver uniquement entre convaincus ? Plus que jamais, en tout cas, il est urgent de se saisir de ce sujet et de développer des stratégies d'autodéfense numérique. □

1. Pour « Français de souche » (sic).
2. [Nicolas Lebourg, « Fachosphère » dans Discours de haine et de radicalisation - Les notions clés, Sous la direction de Nolwenn Lorenzi Bailly et Claudine Moïse, ENS Éditions, 2023.](#)
3. [L'alt-right est une mouvance d'extrême droite née à la fin des années 2000, mais qui s'appuie sur des références racistes relativement classiques. Ce terme a été créé par l'identitaire Richard B. Spencer, dont l'objectif est de défendre une culture occidentale blanche – qui serait menacée –, et qui prône la création d'un « Ethno-État » blanc et la mise en place d'un « nettoyage ethnique » qualifié de « paisible ».](#)
4. [Tristan Boursier, « Influenceurs d'extrême droite : le moteur caché du succès du RN », dans The Conversation, le 20 juin 2024.](#)
5. [Julien Chavanes, « Némésis, des identitaires grimées en féministes », Le Monde, 24 novembre 2024.](#)
6. La fenêtre d'Overton est une approche permettant d'identifier les idées définissant le domaine d'acceptabilité des politiques gouvernementales possibles dans le cadre d'une démocratie. Les partisans de politiques en dehors de la fenêtre d'Overton cherchent à persuader, éduquer, voire désinformer l'opinion publique afin de déplacer et/ou d'élargir la fenêtre.
7. [L. Poupon et al., « États-Unis : comment Elon Musk a mis l'algorithme de X à son service », sur France Info, le 10/01/2025.](#)