



10 critères pour la création de discours alternatifs positifs et efficaces en matière de diversité

Note d'orientation

Préparée par M. Daniel De Torres
Version française

Décembre 2019



Ciudades Interculturales
Ciutats Interculturals
Kultura Arteko Hiriak
Cidades Interculturais



10 critères pour la création de discours alternatifs positifs et efficaces en matière de diversité

La multiplication des discours négatifs visant la diversité socio-culturelle

Nous avons pu constater ces dernières années à quel point les discours négatifs portant sur la diversité culturelle, l'immigration, les réfugié-e-s et les groupes ethniques, religieux ou minoritaires recueillaient une large adhésion partout dans le monde. Ce phénomène est allé de pair avec une aggravation des incertitudes socio-économiques, une amplification des questions culturelles et identitaires ainsi qu'une multiplication des interrogations sur l'aptitude des institutions et des partis politiques majoritaires à les canaliser dans des projets et des orientations à même de répondre efficacement aux défis du présent. Ce sont des questions complexes qui ont une composante mondiale, mais les diverses modalités de leur concrétisation dépendent du contexte local.

De nombreux dirigeants politiques qui articulent des discours négatifs les accompagnent d'autres critiques (visant notamment l'*establishment*, les conséquences de la mondialisation, l'idée de l'Europe ou le féminisme) et en appellent à un retour aux valeurs « nationales authentiques », évoquant un passé idéalisé où, soi-disant, tout allait pour le mieux. Ces discours fondés sur les préjugés et la stigmatisation ou la peur de l'« étranger » ou du « différent » ont également un lien avec une polarisation sociale accrue, les sociétés étant de plus en plus « divisées » en groupes de population qui adoptent souvent, sur des questions essentielles de la vie en collectivité, des positions apparemment inconciliables.

Les résolutions les plus rigoureuses qui tiennent compte des complexités inhérentes à la formulation de solutions fondées sur le consensus social, sont remplacées par des diagnostics établis à travers un prisme manichéen, et par le recours à des affects qui laissent peu de place à un débat serein et constructif. Dans ce contexte, les recettes populistes simplistes, qui proposent des solutions sommaires au prix d'un renforcement des préjugés et qui ont pour conséquence d'accentuer l'opposition entre un « nous » et un « eux », se transmettent par la diffusion de discours ayant un retentissement significatif sur les perceptions et les mentalités de larges couches de la population. Avec d'autres facteurs, ces discours forment le terreau de la discrimination, du racisme, de la xénophobie et des discours de haine.

Ces discours sont diffusés à la fois hors ligne et en ligne, mais ils ont incontestablement trouvé dans les réseaux sociaux un canal idéal, propice à la propagation exponentielle de messages simplistes. Le phénomène des *fausses informations* n'y a pas peu contribué ; bien qu'il existe depuis toujours, il a vu son impact multiplié au travers des réseaux sociaux. En outre, une grande diversité d'acteurs animés par différentes idéologies utilisent ces informations, voyant dans leur diffusion une stratégie essentielle pour influencer l'opinion publique.

Toutefois, malgré la présence bruyante et obstinée de ces discours dans l'« espace public », nombreuses sont les personnes qui ne les partagent pas et expriment des opinions très différentes sur la diversité et la coexistence. La surreprésentation de ces messages atteste des difficultés que rencontrent les discours alternatifs pour se faire entendre avec la même intensité.

La réalité montre qu'il est bien plus difficile d'assurer la production de discours alternatifs mettant l'accent sur d'autres valeurs et messages. La présente *note* a pour objectif d'identifier certains critères qui se sont révélés efficaces pour élaborer des discours alternatifs. Ces critères pourront être

opportunément utilisés par des acteurs très divers, issus des milieux politiques comme de la société civile, mais nous voulons mettre l'accent tout particulièrement sur le rôle et la responsabilité du niveau local, sur les villes, susceptibles de contribuer judicieusement à la création de discours alternatifs.

Les réalités complexes de la création et de l'affermissement des discours alternatifs

L'analyse en profondeur de la formation des opinions qui prévalent dans le grand public et des facteurs qui les influencent est une question complexe qui dépasse de loin les objectifs du présent mémoire. Toutefois, il importe de noter certaines idées qui nous aideront à mieux comprendre les difficultés inhérentes au sujet.

Premièrement, nous partons d'une idée fondée sur une réflexion à double sens : les perceptions et les opinions du grand public influencent les discours et les politiques, et réciproquement, les discours et les politiques mises en œuvre influencent l'état d'esprit des populations.

Deuxièmement, les points de vue du grand public à l'égard de la diversité, de l'immigration ou de l'arrivée de réfugiés résultent de multiples facteurs interdépendants. Le discours politique, les médias et les réseaux sociaux, le rôle des acteurs clés de la société civile ou les contextes spécifiques à chaque territoire sont étroitement liés aux facteurs socio-économiques et ceux en lien avec les valeurs et les identités. Les opinions ne peuvent être dissociées des préoccupations de la population dont la perception des changements sociaux, économiques, technologiques ou démographiques est susceptible d'avoir des répercussions sur des aspects tels que l'économie, l'emploi, les services publics, la sécurité ou la cohésion sociale. Il importe par conséquent d'écouter les raisons qui font que les gens sont attirés par des discours proposant des solutions simplistes à des problèmes complexes. Il n'est pas facile de lutter contre ces discours qui en appellent aux émotions comme la peur, renforcent les préjugés et diffusent des messages qui déforment la réalité. Voici quelques-unes des difficultés qui se posent :

- Les discours négatifs bénéficient d'emblée de certains avantages, à commencer par l'investissement que de nombreux *groupes de réflexion* et partis politiques ont consenti pour les concevoir.
- De plus, la fragmentation accrue entrave la création de discours alternatifs. Lorsque le débat est polarisé et que les différences font obstacle à la réalisation d'un consensus portant sur la défense de certaines valeurs, un discours qui ne cherche pas à diffuser une vision simplifiée a du mal à se faire une place.
- Les difficultés rencontrées pour mettre en échec les messages simplistes fondés sur les préjugés et les émotions par des discours excessivement complexes et dispersés, ou en s'appuyant uniquement sur des données et des arguments rationnels, constituent un facteur supplémentaire qui limite le retentissement des discours alternatifs.
- Un autre facteur explique les difficultés auxquelles se heurte la consolidation des discours alternatifs, à savoir leur caractère préventif, leur portée se projetant plutôt dans le moyen et le long terme. Dans un contexte caractérisé par une polarisation accrue et l'immédiateté des réseaux sociaux, il n'est pas aisé d'investir dans des stratégies qui n'aboutissent pas à de résultats immédiats. Il faut pour cela que s'engagent de nombreux acteurs, à la fois politiques et issus de la société civile.
- Enfin, la crainte que partagent de nombreux responsables politiques – risquer de perdre leur

base électorale s'ils plaident par des discours plus constructifs en faveur de la diversité ou des immigrants – soulève une autre difficulté qui les incite à normaliser leur discours et à y incorporer des éléments de discours négatifs, dans une tentative irresponsable de ne pas perdre leur électorat, ce qui aboutit à la normalisation et à la consolidation du cadre de référence défini par les stratégies populistes.

Discours alternatifs par opposition aux contre-discours

Qu'entendons-nous par discours alternatifs et contre-discours ? Les contre-discours visent de manière directe à déconstruire et délégitimer les discours négatifs ou le discours de haine. Mais l'efficacité des contre-discours suscite un débat virulent, car on les tient pour excessivement réactifs et peu à même de proposer et construire une autre solution. En outre, il y a un large consensus sur le fait que les opinions ne changent pas quand on explique à ceux et celles qui y souscrivent le caractère erroné de l'idéologie qu'ils partagent, ou bien quand on cherche à démonter leurs idées en leur présentant des données rationnelles ou en leur exposant des contre-arguments. Malgré cela, il peut s'avérer nécessaire ou utile d'employer une approche de type contre-discours, mais cette stratégie ne saurait à elle seule atténuer la force d'impact des discours négatifs.

À la différence des contre-discours, les discours alternatifs poursuivent un objectif qui est davantage préventif et global ; ils ne s'intéressent pas tant à contester les discours négatifs qu'à articuler des messages différents proposant des idées de substitution dans une perspective constructive et propositionnelle. Il s'agit de chercher à entraver l'expansion des discours négatifs et reposant sur des préjugés pour créer et communiquer un cadre qui soit au contraire plus inclusif et propositionnel et qui puisse se rapporter aux préoccupations et besoins d'une large majorité dans la société.

Les discours alternatifs doivent chercher à promouvoir une pensée critique, en évitant d'adopter un point de vue paternaliste ou d'émettre un jugement trahissant quelque supériorité morale. Une erreur souvent commise est de considérer comme sans importance la création de ces discours ; par exemple, si la mise en œuvre de politiques ou de projets n'est pas accompagnée d'un discours qui communique les valeurs défendues par la politique en question et éclaire ce qu'elle signifie pour la population dans son ensemble, on laisse un espace libre qui peut être occupé par des discours négatifs. Il importe pour ces raisons de concevoir des stratégies qui définissent les objectifs visés par le discours et identifient les publics cibles, en adaptant les messages aux différents publics et contextes.

Critères pour la création de discours alternatifs efficaces

Diverses disciplines, notamment les sciences cognitives, la psychologie sociale, la communication ou les neurosciences, étudient depuis des années les facteurs qui exercent une influence sur les mentalités ainsi que la création des discours qui se répercutent sur elles. À ces recherches s'ajoutent des expériences directement acquises de la politique, des organisations et des acteurs de la société civile. Sans entrer dans le détail des théories et des situations concrètes, nous pouvons toutefois cerner un ensemble de critères qu'il convient nécessairement de prendre en compte pour être en mesure de produire des discours inédits plus efficaces et ayant une incidence sur les perceptions et les mentalités du grand public.

1. Importance de l'écoute

Notre point de départ est une condition fondamentale de toute stratégie de communication : savoir écouter. Vu le soutien électoral accru que recueillent les partis articulant des discours populistes, simplistes et xénophobes, il peut être facile et commode d'adopter un point de vue lui aussi simpliste. C'est le cas, par exemple, lorsque l'électorat est tenu pour raciste et ignorant ou quand se généralise la thèse selon laquelle il regroupe les personnes les plus touchées par les conséquences de la mondialisation ou des crises économiques. Les motifs qui incitent à adhérer ou participer à des discours négatifs étant divers et étroitement liés, il est nécessaire de procéder à une analyse plus rigoureuse des causes.

Il est tout aussi essentiel d'être à l'écoute des personnes faisant l'objet de stigmatisation et de discours préjudiciables. L'élaboration de discours visant à attirer l'attention d'une majorité de la population, sans l'écouter et sans sa participation active, aboutit à formuler un discours inopérant. Il importe par conséquent de consacrer du temps et de l'énergie à la création d'espaces et de canaux appropriés pour se mettre à l'écoute des gens, et pas seulement au moment où ils exercent leur droit de vote. Si nous ne pratiquons pas dès le départ une écoute adéquate, nous ne serons pas en mesure de mettre en place une communication judicieuse.

2. Prendre comme point de départ un nouveau cadre de référence

George Lakoff expose dans son ouvrage *Don't Think of an Elephant !* (2004) sa théorie des cadres mentaux et du rôle qu'ils jouent dans la création des discours politiques et sociaux. Selon lui, les cadres sont des structures mentales qui déterminent notre façon de voir le monde. Ce sont des cadres de référence qui en appellent à certaines valeurs, à partir desquelles un ensemble d'idées et un langage influencent notre interprétation de la réalité et ce que nous entendons par bon sens. Les discours établis à partir de ces cadres sont utilisés pour légitimer des politiques spécifiques. Un cadre est lui-même consolidé lorsque son langage et son discours sont acceptés et utilisés par de nombreux acteurs sociaux, politiques et médiatiques, y compris par ceux qui le désapprouvent et souhaitent le contester.

Si nous partons du cadre de référence qui associe l'arrivée d'immigrants ou de réfugiés aux concepts de « crise », d'« arrivée massive », de « recours abusif au système » ou d'« insécurité », nous constatons que de nombreux partis politiques et médias finissent par utiliser ces termes négatifs, ce qui a pour conséquence de les normaliser. Sous l'angle des politiques publiques, ces concepts soulignent la nécessité de mettre l'accent sur certains aspects, tels que la sécurité et le contrôle (des frontières), qui forment à l'heure actuelle les principaux objectifs des politiques menées dans de nombreux pays. Il ne s'agit pas d'ignorer les complexités et de ne pas se préoccuper d'elles, mais plutôt de proposer un discours plus complet et rigoureux qui mette en évidence d'autres valeurs et problèmes, sans accepter ni normaliser le cadre de référence négatif.

En ce sens, en partant d'un nouveau cadre de référence, on identifie un ensemble de concepts, de valeurs ou de principes qui constitueront la base ou le fondement du discours alternatif. Ce discours sera ultérieurement traduit en messages qui devront être nécessairement adaptés à différents publics et contextes. Par exemple, un discours fondé sur l'approche interculturelle mettra l'accent sur les concepts fondamentaux d'égalité, de reconnaissance de la diversité, d'interaction positive et d'avantage de la diversité. Cela n'implique pas que ces concepts soient utilisés au sens littéral pour

diffuser le message de l'interculturalité auprès de différents publics sans considération du contexte. Certes, ils peuvent être employés tels quels dans certaines situations, mais dans d'autres, ils devront être adaptés et « traduits » dans un autre langage ou en exemples concrets compréhensibles par le public. Ce qui est essentiel, c'est de proposer un discours cohérent ayant pour point de départ les principes énoncés ci-dessus.

Pour résumer, utiliser comme point de départ un nouveau cadre de référence, c'est adopter un état d'esprit axé sur une démarche d'anticipation en vue de définir les enjeux prioritaires par le moyen d'une approche inédite, fondée sur des valeurs et des idées différentes. Si l'on se borne à réagir par la défensive ou si l'on se contente de dénoncer les idées diffusées par le discours négatif, la force de conviction ne sera pas la même et le cadre négatif s'en trouvera probablement renforcé.

3. Approche inclusive, proactive et positive

L'efficacité des discours alternatifs sera améliorée s'ils sont inclusifs et s'adressent à la société dans son ensemble, considérée comme fondée sur des valeurs et des intérêts qui peuvent être partagés par une majorité. Si le public perçoit le discours alternatif comme visant exclusivement un groupe social déterminé (qu'il s'agisse de certaines minorités, de groupes déjà très sensibilisés ou adoptant les positions les plus antagonistes), le discours ne pourra pas exercer d'influence sur une majorité partageant des positions plus ambiguës. Les idées clés doivent donc parler à une majorité et la motiver, tout en étant adaptées à différents publics et contextes.

Il convient d'autre part que ces discours alternatifs formulent des propositions positives, attrayantes et stimulantes, qui évitent de favoriser la polarisation et mettent au contraire l'accent sur les points qui établissent des passerelles et dégagent des consensus. Ils devraient par conséquent se prêter à la création d'identités plus globales, intersectionnelles et inclusives, basées sur des objectifs communs. Il est tout aussi important de pouvoir « vendre » efficacement le message que de ne pas tomber dans la simple dénonciation ou la démonstration d'une culpabilité. Cela n'implique pas de s'abstenir de battre en brèche les messages manifestement xénophobes ou discriminatoires, mais signifie plutôt qu'il faudrait proposer parallèlement des points de vue qui soient en mesure d'identifier les défis et les solutions, tout en se rapportant aux préoccupations de publics très divers.

Enfin, lorsque l'on adopte une approche inclusive, les contributions et expériences des personnes directement touchées par des discours négatifs sont ce faisant pleinement prises en considération.

4. Probité, cohérence et complémentarité des discours

À la suite de ce qui précède, l'approche adoptée doit être honnête et fondée sur ce que nous croyons sincèrement. Ce serait sinon tomber dans le piège de la manipulation, en produisant un discours qui se trouverait en contradiction non seulement avec nos convictions mais également avec nos actions. Le discours alternatif doit par conséquent s'appuyer sur des politiques, décisions et projets concrets qui se trouvent en adéquation avec le cadre.

Ce dont il s'agit ici n'est pas sans rapport avec le concept de compensation. Étant partis de l'idée que les discours négatifs sont fondés sur des messages simplifiés qui déforment la réalité et en appellent aux émotions fondamentales, nous devrions ici faire le contraire. Par exemple, certains discours cherchent à proposer une image idéalisée de la coexistence et de la diversité, en ignorant les

complexités et en mettant exclusivement l'accent sur des messages émotionnels et partiels qui ne favorisent pas l'émergence d'une pensée critique et ne suscitent pas l'intérêt des masses.

Reconnaître les complexités et s'en préoccuper, telle est une condition préalable à tout discours qui ambitionne de ne pas être sans effets. Si l'on complète notre discours alternatif par des politiques concrètes conçues pour gérer les complexités de manière positive et anticipée, plutôt que de les contourner, il aura davantage de poids et de répercussions, car il s'inscrira dans une cohérence avec nos actes. Par exemple, dans les quartiers à la composition sociale très complexe, dans lesquels peu d'investissements sont consentis pour l'amélioration des infrastructures de base, du logement ou des ressources culturelles, sportives ou éducatives, il sera difficile d'articuler un récit positif si les habitants se sentent abandonnés par les institutions. De même, en l'absence de volonté ferme d'agir contre les situations de discrimination, les discours de haine ou les crimes de haine, il ne nous sera guère possible de tenir un discours crédible devant les personnes qui souffrent de ces situations.

S'agissant de discours s'appuyant sur l'approche interculturelle, notre discours alternatif devra reposer sur un engagement clair en faveur de politiques qui s'efforcent d'assurer l'égalité des droits, des devoirs et des perspectives sociales, ainsi que la reconnaissance de la diversité, en mettant l'accent sur ce qui est commun et partagé, et en suscitant des occasions et des espaces propices aux interactions positives. En l'absence d'engagement politique en faveur de ces grandes orientations, notre discours n'aura que très peu de force et guère de retentissement.

Ce qui ne veut pas dire qu'un discours qui ne serait pas en adéquation avec la réalité de ce que nous faisons ne saurait avoir d'impact. Les différences entre les perceptions et la réalité sont une constante, et il peut être intéressant de choisir de diffuser un discours qui ne tienne pas compte de ce que nous faisons. Toutefois, nous partons de la conviction et de l'engagement éthique que si nous voulons faire échec aux discours négatifs, nous devons le faire différemment. Nous sommes convaincus que l'objectif visé, à savoir la production de discours alternatifs efficaces, doit reposer sur un engagement ferme vis-à-vis de la cohérence et de la probité de ce que nous faisons ainsi que de la réalité.

5. Cohérence interne, coopération et production de consensus

L'incapacité de parvenir à un consensus entre les différents acteurs de la société civile est, en matière de production de discours nouveaux, l'un des principaux écueils. On a tendance à accentuer les différences et les nuances au détriment de la mise en évidence des valeurs et idées fondamentales communes. Les conséquences en sont une dispersion et un manque d'impact. Il en est ainsi à la fois sur le plan politique et parmi les acteurs de la société civile. Par exemple, on relève fréquemment des différences « incompatibles » entre les discours antiracistes de certains groupes politiques, ONG et autres mouvements militants. Si la diversité des approches et des stratégies doit être tenue pour un facteur positif autorisant l'examen des problèmes en fonction de leur complexité tout en adaptant les questions à des contextes et des publics différents, l'incapacité de nombreux acteurs à s'entendre sur un cadre de référence commun est un comportement plutôt irresponsable. Une telle fragmentation limite d'autant plus la capacité à « rivaliser » avec des discours négatifs.

La création d'espaces et de processus favorisant le dialogue et une véritable collaboration entre toutes les parties prenantes est essentielle si l'on veut éviter la fragmentation et parvenir à un consensus de base sur les concepts et objectifs fondamentaux (cadre commun), que chacun pourra

adapter en élaborant ses propres stratégies. Ce préalable contribuera également à consolider les nouveaux discours et à renforcer leur cohérence. Il ne s'agit pas de se mettre d'accord sur un message unique, mais d'être en mesure de s'entendre sur un ensemble de valeurs et de concepts avec lesquels la majorité peut s'associer.

6. Définition des objectifs et des publics

Les précédents critères portent essentiellement sur des aspects importants des modalités antérieures à la conception d'un discours. Les critères suivants mettent l'accent sur les aspects concrets et pratiques de l'élaboration de discours alternatifs.

L'identification des objectifs concrets poursuivis par le discours alternatif est une condition essentielle. Même si ce point semble aller de soi, c'est ici que les stratégies de communication achoppent le plus souvent. Un discours ayant pour objectif de sensibiliser la majorité de la population sera différent d'un discours cherchant à fédérer et à rassembler davantage d'allié-e-s, ou à appeler différents acteurs à mener une action concertée. Un seul et unique discours peut poursuivre plusieurs objectifs, mais il est alors nécessaire d'élaborer des stratégies distinctes pour chacun d'entre eux. La définition des objectifs est une étape directement liée au public spécifiquement visé.

L'exemple exposé ci-après montre l'importance qu'il convient d'accorder à l'adaptation du discours aux différents publics si l'on veut aboutir aux résultats attendus :

Imaginons un pays composé des publics suivants :

- 25 % de la population a une opinion favorable à la diversité et à l'immigration
- 50 % de la population a une opinion ambiguë et ambivalente
- 25 % de la population a une opinion opposée

Chaque groupe est subdivisé en sous-groupes selon le niveau d'intensité de leurs opinions et les raisons qu'ils avancent pour se défendre et défendre leurs points de vue. Il est primordial de bien connaître et comprendre cette réalité pour être en mesure de définir les objectifs et d'adapter à chaque groupe les stratégies et messages. Par exemple, on pourra probablement distinguer, dans le groupe des personnes ayant une opinion favorable, celles qui sont déjà militantes et celles qui ne se sont pas encore activement engagées dans une initiative ou une stratégie. Si notre stratégie de communication a notamment pour objectif de rassembler des alliés, nous devons être en phase avec les acteurs qui se sont déjà mobilisés pour les réunir. Mais nous serons également dans l'obligation d'adapter notre stratégie pour convaincre les personnes ayant une opinion favorable mais qui n'ont pas encore pris de mesure pour rejoindre le mouvement. De même, si nous voulons orienter notre discours sur les personnes dont les opinions sont les plus négatives et hostiles, il nous faut analyser leurs raisons et adapter notre stratégie aux objectifs que nous poursuivons. Dans certains cas, nous choisirons de condamner directement et de battre en brèche les discours de haine, tandis que dans d'autres cas, nous aurons pour priorité d'attirer l'attention des personnes aux opinions les moins extrémistes, et de les convaincre, de sorte qu'elles se forment une opinion différente et exercent une influence sur d'autres. Enfin, le groupe majoritaire des personnes aux opinions ambiguës et ambivalentes est celui qui exerce l'influence la plus forte sur la consolidation des normes sociales, c'est pourquoi nous devons être en mesure d'établir la communication avec ce groupe si nous voulons faire évoluer les normes et atténuer le poids des préjugés et des stéréotypes négatifs.

Il convient de souligner que toute stratégie doit nécessairement tenir compte à la fois du public, des opinions et des profils. Un discours global doit asseoir son influence sur un vaste éventail de domaines : par conséquent, nous devons non seulement cerner les publics en fonction de leurs opinions, mais aussi selon les domaines et les secteurs sur lesquels nous souhaitons avoir un impact. Par exemple, un discours ambitionnant d'avoir des répercussions au niveau politique ne fonctionnera pas nécessairement dans le domaine de l'éducation, à moins qu'il ne soit adapté à cet environnement.

7. Messages, messagers et canaux de communication efficaces

Une fois définis les objectifs et les publics cibles, nous devons nous préoccuper du contenu et des messages que nous estimons les plus utiles pour atteindre notre objectif. Les messages doivent être cohérents avec le cadre que nous aurions initialement défini, mais également adaptés, comme nous l'avons vu précédemment, aux différents publics et contextes.

Premièrement, le contenu doit être mobilisateur et persuasif. Ce qui est déjà en soi une tâche ardue. Par exemple, dans les réseaux sociaux, priorité est donnée aux messages courts et faciles à comprendre. Même les médias grand public simplifient à l'excès leurs messages afin d'atteindre un public plus large et peuvent finir, ce faisant, par renforcer certains stéréotypes. En simplifiant à l'extrême les messages, nous risquons de commettre une erreur et de contribuer à accroître l'ampleur du problème. Toutefois, si nous ne diffusons que des messages longs et complexes, nous ne toucherons probablement pas le grand public. Le dosage efficace d'un discours pour atteindre le point d'équilibre entre simplicité et complexité représente l'un des plus grands défis de la communication.

Deuxièmement, nous devons partir de l'idée que la capacité de notre stratégie à produire des discours alternatifs efficaces dépend également des messagers. Par exemple, il sera plus facile d'intéresser les jeunes si le message est délivré par une personne susceptible de les inspirer et qui partage directement leurs intérêts et préoccupations.

Enfin, le contenu du récit doit être adapté aux différents canaux de communication et aux formats dont nous estimons qu'ils produiront les effets escomptés. Les discours et comportements publics des responsables politiques sont importants ; les vidéos ou les présentations graphiques peuvent être utiles dans le cas des réseaux sociaux ; le théâtre ou les bandes dessinées peuvent se révéler très efficaces auprès du jeune public. L'élaboration de discours alternatifs ne peut se faire sans tenir compte des interactions en face-à-face et de l'importance du dialogue pour créer les conditions propices au développement de l'esprit critique. Il ne s'agit pas seulement d'adresser des messages, mais également de les produire sur un mode participatif, par la réflexion et le débat entre les différents acteurs.

8. Au-delà des données : favoriser l'esprit critique, l'empathie, l'interaction et la visibilité de la diversité

En définissant le contenu de notre stratégie, nous devons garder à l'esprit le caractère insuffisant d'un discours alternatif qui ne proposerait que des données et des arguments rationnels. L'erreur est courante, mais les faits montrent qu'on ne change pas d'opinion lorsqu'on se voit opposer des données qui se contentent de contredire notre point de vue. Les êtres humains sont bien plus enclins

à ajuster la réalité à leurs croyances que le contraire. Outre l'insuffisance des données et des arguments rationnels, la manière avec laquelle ceux-ci sont présentés peut avoir des effets contreproductifs et susceptibles, dans le pire des cas, de renforcer les croyances qu'il s'agit au contraire de remettre en question. Afin que le discours soit opérant, il convient nécessairement de lui incorporer d'autres éléments qui ressortissent notamment aux émotions, et d'être en mesure de produire des arguments convaincants, mais aussi mobilisateurs et attrayants.

Aujourd'hui, grâce à internet, nous avons accès à toutes sortes de thèses qui confortent nos idées (ainsi, si nous croyons que la terre est plate, on y trouvera une grande diversité de publications « scientifiques » qui en apportent la « preuve »). Si l'on ajoute le fait que les réseaux sociaux filtrent l'information de sorte que nous recevons des messages qui sont en adéquation avec nos pensées, s'impose le constat qu'il est facile de conforter nos idées et très difficile de les modifier. Notre cerveau a tendance à catégoriser les groupes sociaux au moyen de stéréotypes, ce qui limite également notre capacité à percevoir la complexité et la diversité sociales. Les préjugés jouent un rôle déterminant dans notre interprétation de la réalité et peuvent nous amener à accepter des discours négatifs sur des groupes sociaux stéréotypés sans que nous exercions notre esprit critique.

Les récits et discours qui mettent en jeu des émotions et des expériences personnelles sont des outils particulièrement performants pour la diffusion des messages. Notre capacité à mémoriser les informations reste limitée : il a été démontré que nous nous souvenons mieux du contenu d'un récit que d'un ensemble de données et d'arguments, aussi rigoureux soient-ils. Toutefois, la simple diffusion de messages alternatifs ne saurait suffire à réduire les préjugés. Une stratégie d'ensemble doit viser à encourager l'esprit critique et à provoquer une réflexion sur les préjugés, les inégalités et la discrimination. Elle doit également mettre à profit la reconnaissance et la visibilité de la diversité à tous les niveaux, remettre en cause les généralisations stéréotypées et l'homogénéisation de certains groupes – qui peuvent aboutir à de dangereux processus de « déshumanisation » – et promouvoir l'empathie ainsi que les possibilités de rencontre, d'interaction et de connaissance mutuelle.

9. Répéter, encore et toujours

Pour consolider et faire avaliser un cadre de référence et un discours alternatif, il est nécessaire que le public puisse se « familiariser » avec. Pour cela, il faut que les messages soient stimulants et convaincants et qu'ils intègrent une dimension émotionnelle, mais il y faut aussi un autre facteur déterminant : la répétition.

Imaginons que nous entendions deux messages apportant chacun une réponse différente à une question que nous considérons comme importante. Supposons que, dans un premier temps, nous souscrivions spontanément au message A, davantage qu'au message B. Si par la suite, durant une période de trois ans, on ne nous répète que trois fois le message A, mais deux cents fois le message B, il y a de fortes chances que nous intériorisions ce dernier et que nous y adhérions, même si, au départ, nous considérons le message A comme étant plus rigoureux. Ce fait est bien connu des stratèges qui élaborent des discours négatifs, et qui obtiennent sans guère de difficultés un consensus sur des idées qui sont communiquées de manière simple et directe, et répétées avec constance.

Comme indiqué ci-dessus, il n'est pas facile d'obtenir un large consensus sur un discours alternatif,

mais il est d'une importance cruciale que ce discours soit répété dans différents cercles et par différents canaux de communication. Sinon, il sera plus difficile de familiariser un large public avec des valeurs telles que le respect, les droits de l'homme, l'égalité, la coexistence ou la richesse de la diversité. Il convient toutefois de faire remarquer que la répétition ne doit pas se faire au détriment de la diversité des approches et des *nuances*. Précisément parce que les discours alternatifs visent aussi à promouvoir l'esprit critique, on ne saurait substituer à la répétition la simplification ou la limitation de la liberté dans l'exercice d'une réflexion critique.

10. Évaluation et étude d'impact

Les critères exposés ci-dessus sont dans l'ensemble sans utilité si nous ne sommes pas en mesure de démontrer que les discours bâtis avec eux ont une incidence et permettent d'obtenir les résultats escomptés.

Même si le présent mémoire n'a pas pour objectif de proposer des modalités et méthodes d'évaluation, il vise néanmoins à encourager les parties prenantes responsables de l'élaboration de discours alternatifs à surveiller de près et régulièrement leur efficacité sur le terrain. Rares sont les évaluations rigoureuses des politiques et stratégies fondées sur des objectifs, mais les bons exemples ne manquent pas et il existe de bons outils. L'évaluation de l'efficacité des discours qui accompagnent ces politiques et stratégies est déterminante si l'on veut rectifier le cas échéant le discours et les messages pour atteindre les objectifs poursuivis.

Bien qu'il ne soit pas aisé de mesurer la fluctuation des niveaux de préjugés chez les gens (et c'est un problème pour lequel il n'existe pas de solution idéale), il est toujours possible d'utiliser des indicateurs indirects mesurant l'évolution des mentalités. Par exemple, si, après avoir élaboré, construit et diffusé un discours alternatif que nous considérons comme sans faille, nous constatons une progression des intentions de vote en faveur des positions populistes et des discours xénophobes, nous pouvons être assurés que notre discours n'a pas eu les effets escomptés et qu'il doit être aménagé ou amendé.

Il convient de souligner que les critères exposés dans le présent document sont issus d'études, d'analyses et d'expériences qui ont fait l'objet d'évaluations spécifiques.