

**Les discours de haine à travers le cyberspace et leur rôle dans  
l'influence sur les valeurs éthiques et moraux de l'individu: Étude  
d'enquête sur un échantillon représentatif d'étudiants de  
l'université d'Alger 3 utilisateurs de réseaux sociaux du 01 au 20  
mai 2023**

**ACHOUR BRIK Maissa <sup>1</sup>, KHELAIKIA Naima <sup>2</sup>**

<sup>1</sup> (Algérie), maissa.achour016@gmail.com

<sup>2</sup> Université d'Alger 3 (Algérie), naimakhelaiifia6@gmail.Com

reçu: 26/06/2023

Accepté: 27/06/2023

Publié: 30/06/2023

**Résumé:**

L'objectif de cette étude est de résoudre la problématique du discours de haine dans le cyberspace à travers divers médias sociaux. Ces derniers offrent de nombreux avantages, notamment en permettant aux utilisateurs de diffuser les informations, les contenus et les commentaires qu'ils souhaitent. Parmi les sites Web les plus importants et populaires pour la publication de discours de haine sur divers sujets, Instagram se distingue en ciblant un public de différents types et catégories.

"Les médias sociaux ont connu une popularité considérable en tant que plateformes majeures pour la diffusion de discours de haine englobant divers sujets, qui ciblent le public récepteur et portent atteinte à ses valeurs et à son éthique. Étant donné que les étudiants universitaires constituent l'un des groupes les plus utilisateurs de ces plateformes et qu'ils sont exposés à leurs niveaux et à leurs contenus, nous avons entrepris une approche de proximité afin de recueillir leurs opinions quant au rôle de ces plateformes dans la propagation de ce type de discours de haine. Nous avons également examiné l'influence potentielle sur les aspects psychologiques, éthiques et moraux."

**Les mots clés:** Discours ; haine; cyberspace; Instagram; éthique .

**الملخص:**

الهدف من هذه الدراسة هو تناول مشكلة خطاب الكراهية في الفضاء الإلكتروني، حيث توفر هذه المنصات العديد من المزايا، بما في ذلك السماح للمستخدمين بنشر المعلومات والمحتويات والتعليقات التي يرغبون فيها. ومن بين أهم وأكثر المواقع الشهيرة لنشر خطاب الكراهية حول مواضيع مختلفة نجد الانستجرام الذي يتميز بالتركيز على جمهور متنوع من مختلف الأنواع والفئات. لقد انتشرت وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير كمنصات رئيسية لنشر خطاب الكراهية، ولأن طلاب الجامعات من بين الأكثر استخداما له، فقد درسنا الأثر المحتمل على الجوانب النفسية والأخلاقية والأخلاقية".

**الكلمات المفتاحية:** خطاب، كراهية، الفضاء الإلكتروني، إنستجرام، أخلاق.

# مجلة معالم للدراستات الاعلامية والاتصالية



مجلة تصدر عن مخبر الاتصال والأمن الغذائي  
كلية علوم الاعلام والاتصال-  
جامعة الجزائر 3



المجلد الخامس/ العدد الأول  
جوان 2023  
ISSN 2716-9111

## 1. INTRODUCTION

Dans cette société moderne, interconnectée et hautement numérisée, l'utilisation des réseaux sociaux est devenue une partie intégrante de la vie quotidienne de nombreuses personnes. Les médias sociaux offrent de nombreux avantages, notamment la possibilité de rester en contact avec des amis et des proches, de partager des informations et des idées, et de s'engager dans des causes importantes. Cependant, l'utilisation abusive de ces plateformes peut également entraîner des conséquences néfastes, telles que la propagation de discours de haine. Le discours de haine est défini comme tout discours qui attaque une personne ou un groupe en raison de leur race, religion, ou autre caractéristique protégée. Dans le cyberspace, les réseaux sociaux sont devenus des plateformes majeures pour la diffusion de ce type de discours, ce qui peut avoir un impact négatif sur l'éthique et le moral de l'individu. Dans cette étude, nous allons examiner l'impact du discours de haine dans le cyberspace sur l'éthique et le moral de l'individu, ainsi que les mesures qui peuvent être prises pour prévenir et combattre ce phénomène.

Face à cette réalité préoccupante, se posent des questions fondamentales : comment se manifestent concrètement les discours de haine dans le cyberspace ? Quelle est leur influence sur les valeurs morales individuelles ? Et quelles stratégies pouvons-nous déployer pour relever ce défi croissant ?

### 1.2 Méthodologie ou approche

Cette étude a été menée à l'aide d'une méthodologie de recherche par enquête, considérée comme la plus appropriée pour ce type d'étude. L'objectif de cette étude était de recueillir les opinions des étudiants de l'Université d'Alger 3, de niveau licence et master, sur l'impact des médias sociaux dans la propagation de discours de haine et leur influence sur le bien-être psychologique et les valeurs des individus, étant donné qu'ils font partie de la tranche de jeunes utilisateurs les plus actifs sur les réseaux sociaux. Notre échantillon était de 30 étudiants sélectionnés de manière aléatoire dans la population cible. Les participants ont été choisis dans le but de donner une chance à tous les membres de l'échantillon de participer à l'étude. Notre choix a porté sur un questionnaire comportant 12 questions réparties en deux axes, en plus des données personnelles. Les questions étaient de nature fermées, à choix multiple et ouvertes. Cette étude vise à fournir des informations utiles sur l'impact des discours de haine sur les médias sociaux et leur influence sur la société.

Notre argumentation s'appuiera sur des exemples concrets de discours de haine dans le cyberspace.

# مجلة معالم للدراستات الاعلامية والاتصالية



مجلة تصدر عن مخبر الاتصال والأمن الغذائي  
كلية علوم الاعلام والاتصال-  
جامعة الجزائر3



المجلد الخامس/ العدد الأول  
جوان 2023  
ISSN 2716-9111

## 2.Contenu principal :

### 2.1 Que voulons-nous dire par le discours de haine?

Le discours de haine n'as pas vraiment de définition précise avec des termes spécifiques Il n'existe pas de définition précise des droits de l'homme pour le discours de haine. D'après la Loi n° 20-05 du 5 Ramadhan 1441 correspondant au 28 avril 2020 relative à la prévention et à la lutte contre la discrimination et le discours de haine<sup>1</sup>. Le discours de haine englobe toutes les formes d'expression qui répandent ou justifient la haine raciale, la xénophobie, l'antisémitisme ou toute forme de haine basée sur l'intolérance, y incitent ou en font l'apologie (Journal officiel). Bien que les cibles de la haine soient variées (Cohen-Almagor, 2011), la plupart des cadres réglementaires proposés par des organismes tels que l'Union européenne ou les États européens désignent un ensemble spécifique de "catégories", souvent appelées "protégées" (Droin, 2018). Il s'agit notamment de groupes sélectionnés en raison de leurs caractéristiques propres, telles que la race, l'ethnicité, la religion ou le genre, considérées (à tort ou à raison) comme immuables. Cela soulève la question de savoir comment les populations qui ne sont pas explicitement incluses dans cette liste sont protégées par la loi. Par conséquent, d'autres groupes ont tout intérêt à être inclus dans cette liste pour bénéficier de la protection légale, et pour ajouter un caractère de circonstance aggravante aux injures ou aux diffamations dont ils sont victimes.

### 2.2 Lexiques

**Instagram:** il s'agit d'une application mobile pour les réseaux sociaux qui permet à ses utilisateurs de partager des photos et des vidéos. En utilisant cette plateforme, les utilisateurs peuvent prendre des photos et des vidéos, les éditer avec des filtres et des outils d'édition, et les partager sur leur profil Instagram ou sur d'autres plateformes de médias sociaux telles que Facebook et Twitter. Les utilisateurs peuvent également suivre d'autres utilisateurs pour voir leur contenu et interagir avec eux en aimant, commentant et partageant leur contenu. Instagram est disponible en téléchargement gratuit sur les appareils iOS et Android.<sup>2</sup>

#### **Discour de Haine:**

ce terme englobe toutes les formes d'expression qui répandent, encouragent ou justifient la discrimination, et qui expriment le mépris, l'humiliation, l'hostilité, la détestation ou la violence envers une personne ou un groupe de personnes en raison de

# مجلة معالم للدراستات الاعلامية والاتصالية



مجلة تصدر عن مخبر الاتصال والأمن الغذائي  
كلية علوم الاعلام والاتصال-  
جامعة الجزائر3



المجلد الخامس/ العدد الأول  
جوان 2023  
ISSN 2716-9111

leur sexe, race, couleur, ascendance, origine nationale ou ethnique, langue, appartenance géographique, handicap ou état de santé.

Le « Dangerous Speech Project » de Susan Benesch<sup>3</sup> suggère que le terme « discours de haine » pose deux grandes difficultés. Tout d'abord, « haine » est un terme vague qui peut renvoyer à différents niveaux d'intensité et entraîner des conséquences différentes : « la « haine » d'un discours de haine signifie-t-elle que l'orateur hait les autres, qu'il cherche à persuader les autres de haïr ou qu'il souhaite que les autres se sentent haïs<sup>4</sup>? »

Le terme « discours de haine » désigne essentiellement la ciblage d'une personne ou d'un groupe en raison de son identité ou de son appartenance à un groupe spécifique. Pour lutter contre ce phénomène, il est nécessaire de mettre en place une loi ou une définition claire qui précise si toutes les identités et tous les groupes sont concernés, et si oui, lesquels. Cependant, le « Dangerous Speech Project » souligne que des lois trop larges peuvent être utilisées pour nuire à des groupes vulnérables ou à l'opposition politique, ce qui va à l'encontre de l'objectif initial de ces lois. Il est donc important de trouver un juste équilibre dans la formulation de ces lois pour éviter ces abus.

D'un autre côté, une définition trop étroite peut conduire à des exclusions juridiques ou à un manque d'outils juridiques pour lutter contre le problème. Il est donc crucial de considérer toutes les identités et tous les groupes potentiellement concernés et de s'assurer que les lois sur les discours de haine fournissent des moyens efficaces pour lutter contre ce phénomène.

En somme, il est important de trouver un équilibre adéquat dans la formulation des lois sur les discours de haine pour éviter les abus et les exclusions juridiques. Cela nécessite une réflexion approfondie sur les groupes et les identités concernés, ainsi que sur les mesures les plus efficaces pour lutter contre les discours de haine tout en préservant les droits fondamentaux de tous.

## **Les formes d'expression:**

désignent les paroles, écrits, dessins, signes, photographies, chants, comédies ou toute autre forme d'expression, quel que soit le support utilisé<sup>5</sup>

# مجلة معالم للدراستات الاعلامية والاتصالية



مجلة تصدر عن مخبر الاتصال والأمن الغذائي  
كلية علوم الاعلام والاتصال-  
جامعة الجزائر3



المجلد الخامس/ العدد الأول  
جوان 2023  
ISSN 2716-9111

## 2. Résultats de l'étude

Tableau (01): Répartition des individus de l'échantillon selon le sexe et le niveau d'éducation.

genre	Licence		Master		Totale		
	garçons	filles	garçons	filles	T -G	T- F	T-G/F
Fréquence	12	7	8	3	20	10	30
Pourcentage	40%	23,33%	26,66%	10%	66,66%	33,33%	100%

"D'après les résultats présentés dans le tableau (01), il est démontré que le pourcentage d'individus de sexe masculin est plus élevé que celui des individus de sexe féminin dans les deux cycles d'études, à savoir le cycle de Master et le cycle de Licence, avec une proportion de 66,66%. Ces résultats confirment l'utilisation prédominante des hommes des sites de médias sociaux, ce qui peut être attribué à leur moindre implication dans les tâches domestiques et l'éducation des enfants par rapport aux femmes."

Tableau (02): Répartition des individus de l'échantillon selon le sexe et la tranche d'âge

Age	Licence			Master			Totale			
	19-24	25-30	31-36	19-24	25-30	31-36	T.C1	T.C2	T.C3	G.T
Répétition	19	0	0	6	4	1	25	4	1	30
Pourcentage	63.33%	0%	0%	20%	13.33%	3.33%	83.33%	13.33%	3.33%	100%

"L'analyse statistique du tableau 2 révèle que la catégorie d'âge la plus active sur les sites de médias sociaux se situe entre 19 et 24 ans, principalement dans le cycle de Licence, et est majoritairement représentée par des hommes. Ces résultats corroborent les conclusions du premier tableau, suivis d'un pourcentage de 13,33% pour la tranche d'âge comprise entre 25 et 30 ans dans le cycle de Master, ce qui met en évidence l'intérêt des jeunes adultes à être informés des sujets et événements discutés sur ces plateformes, dans le but d'explorer diverses thématiques et actualités."

#### Premier axe: Les discours de haine sur les réseaux sociaux.

Tableau (03) : Types de discours de haine rencontrés sur les réseaux sociaux.

Alternatives	Fréquence	Pourcentage
La haine envers les personnes basée sur leur couleur.	9	30%
La haine envers les personnes basée sur leur peau.	3	10%
La haine envers les personnes basée sur leur race.	1	3.33%
La haine envers les personnes basée sur leur origine.	11	36.66%
La haine envers les personnes basée sur leur religion.	6	20%
Totale .	30	100%

Les résultats du tableau (03) confirment que 36.66% des discours haineux que les réseaux sociaux affrontent sont autour des origines de l'individu puis vient la haine envers la couleur de peau avec un pourcentage de 30%, tandis que la haine envers la religion est estimé à 20% , 10% contre physique et enfin 3.33% envers l'ethni de l'individu.

Le rôle négatif des plateformes du cyberspace confirme que cette dernière est la cause de la transmission de la haine et du Racisme entre les individus et cela revient à la

différence entre religions et que chacune d'entre elle essaye de se marquer et diriger la réputation de l'autre.

**Tableau (04): La catégorie la plus exposée aux discours de haine.**

Alternatives	Fréquences	Pourcentage
Hommes	12	40%
Femmes	18	60%
Totale	30	100%

À travers le tableau numéro (04) on pourra remarquer que le plus grand nombre atteint par les discours haineux sont les femmes avec un pourcentage de 60% comparé aux hommes, et cela dans le but principale et de les réduire en silence

L'hostilité envers les femmes fait référence à une communication en ligne motivée, ou perçue comme telle, par des sentiments hostiles, allant de l'antipathie et du mépris à de la haine. Elle est ainsi associée, de façon générale, à du sexisme ou à de la misogynie . Bien qu'elle épouse différentes formes comme par exemple:

Attaque de foule, mob attacking ou raids: Incitation d'autres internautes à maltraiter ou à menacer la victime, suivie d'attaques coordonnées en provenance de dizaines, de centaines ou de milliers d'internautes, parfois grâce à des technologies.

Cybertraque ou stalking: Recherche et compilation d'informations personnelles à propos d'une personne en vue de les utiliser pour la harceler, la menacer ou l'intimider.

Diffamation Publication de contenu mensonger à propos de la victime  
Distribution non consensuelle d'une image intime, abus sexuel basé sur l'image ou pornographie de vengeance: Diffusion d'images ou de vidéos sexuellement explicites d'une personne sans son consentement. Elle peut être comprise comme un acte hostile du fait qu'elle exprime une déconsidération des femmes et les expose au mépris, au dénigrement, à la haine ou à la menace.

Doxing ou doxxing Publication d'informations personnelles, telle l'adresse de résidence ou du lieu de travail, pour inciter explicitement ou implicitement des internautes à intimider ou à attaquer physiquement la victime ou ses proches.

# مجلة معالم للدراستات الاعلامية والاتصالية



مجلة تصدر عن مخبر الاتصال والأمن الغذائي  
كلية علوم الاعلام والاتصال-  
جامعة الجزائر 3



المجلد الخامس/ العدد الأول  
جوان 2023  
ISSN 2716-9111

Source : Compilation et adaptation du CSF à partir de Broadband Commission for Digital Development Working Group on Broadband and Gender, 2015; Citron, 2014; Ging, 2019; Jane, 2018a; Lewis, Rowe et Wiper, 2017; Richardson-Self, 2018.

**Tableau (05): Types de discours de haines ayant un impact sur la cohérence sociale**

Alternatives	Fréquence	Pourcentage
La langue	09	30%
L'ethnie	05	16.66%
Le genre ( sexe)	16	53.33%
Totale	30	100%

Le tableau numéro (05), nous montre que parmi les genres des discours de haines qui touchent le plus l'union sociale sont ceux liés au genre (sexe) avec un pourcentage de 53.33%, la langue avec 30% et l'origine 16.66% et ce confirme que le mélange et la différence des genres ont un impacte sur la propagation des discours de haines et cela pourra en quelques sortes se manifester chez les races qui se sentent supérieurs à d'autres et qui font en sorte de rabaisser autrui pensant de lui être une personne faible et médiocre.

**Tableau (06): Détermine si une personne à été victime de discours haineux ou pas.**

Altérnatives	Fréquence	Pourcentage
Oui	01	3.33%
Non	29	96.33%
Totale	30	100%

Dans le tableau (06) on remarque que la majorité des membres de l'échantillon de recherche ont confirmé que 96.66% d'entre eux n'ont pas été victimes des discours haineux, tandis que 3.33%



# مجلة معالم للدراستات الاعلامية والاتصالية



مجلة تصدر عن مخبر الاتصال والأمن الغذائي  
كلية علوم الاعلام والاتصال-  
جامعة الجزائر3



المجلد الخامس/ العدد الأول  
جوان 2023  
ISSN 2716-9111

seulement confirment le contraire. et cela pourrait revenir au manque d'intérêt envers les contenus qui diffusent et partagent ce type de discours et aussi au fait de ne pas répondre aux commentaires et publications et c'est pour cela qu'il n'y a pas d'interaction entre les deux parties.

**Tableau (07): Indiquant les individus de l'échantillon ayant répondu par (oui).**

Alternatives	Fréquence	Pourcentage
Nier ce genre de haine et le considérer comme mépris.	1	3.33%

dans le tableau (07) les membres de l'échantillon de recherche dont la réponse était (oui) sur le fait d'être victimes de discours de haine à travers le cyberspace, et dont le pourcentage est de 3.33% confirment que pour eux ce genre de discours est vu comme un sorte de dénigrement, un mépris et ils nient cela

**Tableau (08): indiquant comment réagir face aux discours de haine sur les médias sociaux.**

Alternatives	Fréquence	Pourcentage
La combattre	12	40%
L'ignorer	18	60%
Totale	30	100%

À travers l'aboutissement des résultats du tableau (08) qui démontre l'interaction avec les discours haineux à travers le cyberspace, était le je m'en foutisme, 60% des membres de l'échantillon de recherche ont choisi l'ignorance comme solution. Et cela confirme aussi les résultats du tableau (07) qui montre un pourcentage très faible et que les publications de haines sont sans importance pour eux et répondre aux commentaires et à ces personnes est sans importance.

**Tableau (09): illustrant les manières de faire face aux discours de haine sur les plateformes des médias sociaux.**

Alternatives	Fréquence	Pourcentage
Prendre des mesures légales	10	33.33%
Prendre des mesures éducatives	20	66.66%
Totale	30	100%

Les résultats du tableau (09) montre comment agir et réagir face à ce genre de discours sur les réseaux sociaux afin de le combattre, 66.66% ont opté pour des mesures éducatives tandis que 33.33% pensent que des mesures légales sont plus adéquates pour ce genre de fléau.

**Deuxième Axe: Rôle du discours de haine dans l'influence sur l'éthique et le morale de l'individu.**

**Tableau (10): L'impacte du discours de haine**

Alternatives	Fréquence	Pourcentage
Impacte sur les sentiments	12	40%
Impacte sur l'éthique	08	26.66%
Impacte sur les principes	16	53.33%
Totale	30	100%

À travers le tableau numéro (10), ses résultats ont montré que les discours de haine ont un impact sur les principes à hauteur de 53,33%, suivi de l'impact sur les émotions à hauteur de 40%, puis l'impact sur l'éthique à hauteur de 26%, ce qui indique le rôle joué par les contenus visant à diffuser les discours de haine pour la catégorie qui est facilement influencée en frappant ses valeurs et principes, ainsi que pour la catégorie

# مجلة معالم للدراستات الاعلامية والاتصالية



مجلة تصدر عن مخبر الاتصال والأمن الغذائي  
كلية علوم الاعلام والاتصال-  
جامعة الجزائر3



المجلد الخامس/ العدد الأول  
جوان 2023  
ISSN 2716-9111

sensible qui est affectée émotionnellement en raison de sa sensibilité, et également l'impact sur le côté éthique qui peut être par le biais de sites pornographiques qui visent à briser les barrières entre l'homme et sa religion en exposant des images et des scènes immorales.

**Tableau (11):**

Alternatives	Fréquence	Pourcentage
Propagation de sentiments de haine, de mépris et de tromperie	07	23.33%
Propagation de la discrimination dans la société + propapation des valeurs de non tolérance	23	76.33%
<b>Totale</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Les résultats du tableau numéro (11) ont montré que parmi les effets possibles des discours de haine qui ont affecté la valeur et l'éthique de la société, se trouve la propagation de la discrimination dans la société avec la diffusion de valeurs intolérantes à hauteur de 67,66%, suivie d'une proportion de 23,33% de personnes confirmant la propagation de sentiments de haine, de rejet, de mensonge, de mépris et de malveillance. Cela confirme l'impact négatif de ces discours et la nécessité de trouver des solutions pour éviter la diffusion de ce type de valeurs dans la société, que ce soit en trouvant des lois strictes pour les limiter ou en promouvant la sensibilisation pour les combattre et les réduire.

**Tableau (12): L'impacte des discours de haines sur le bien-être psychologique**

Alternatives	Fréquences	Pourcentage
Sentiment de mépris	17	56.66%
Stress et anxiété	10	33.33%
Perte de confiance en soi	3	10%
<b>Totale</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

# مجلة معالم للدراستات الاعلامية والاتصالية



مجلة تصدر عن مخبر الاتصال والأمن الغذائي  
كلية علوم الاعلام والاتصال-  
جامعة الجزائر 3



المجلد الخامس/ العدد الأول  
جوان 2023  
ISSN 2716-9111

Les données alternatives du tableau (12) montrent que sur un total de 30 personnes 17 ont rapporté des sentiments de mépris, ce qui représente 56,66% de l'échantillon. Les sentiments de mépris peuvent être causés par divers facteurs, tels que les discriminations, les insultes, les jugements ou les critiques négatives. En outre, 10 personnes ont signalé des niveaux de stress et d'anxiété, représentant 33,33% de l'échantillon. Le stress et l'anxiété peuvent être causés par des situations de pression, de conflit, d'incertitude ou d'insécurité. Enfin, 3 personnes ont signalé une perte de confiance en soi, représentant 10% de l'échantillon. Cette perte de confiance peut être causée par des critiques ou des comparaisons négatives. Ces résultats soulignent l'importance de prendre en compte les effets émotionnels et psychologiques de certaines situations sur les individus et de mettre en place des mesures pour les soutenir et les aider à surmonter ces difficultés.

**L'étude a révélé plusieurs résultats**, notamment que les jeunes hommes utilisent intensivement les réseaux sociaux car ils s'intéressent à connaître les types de contenus et d'événements publiés dans cet espace virtuel. Les discours de haine contre les personnes en fonction de leur origine sont parmi les discours les plus courants sur les réseaux sociaux, ce qui confirme le rôle négatif de la technologie moderne dans la diffusion des idées et la création d'une sorte de harcèlement raciste entre les sexes et les origines. L'étude a également montré que les femmes sont les plus exposées aux discours de haine sur les réseaux sociaux. De plus, les discours de haine influencent les principes humains à hauteur de 53,33% et ont également un impact sur le côté émotionnel et éthique des individus, car l'espace virtuel est considéré comme l'endroit idéal pour frapper les valeurs et les principes, en diffusant des images, des vidéos et des contenus immoraux qui sont contraires à l'éthique et à la religion. Parmi les résultats qui ont un impact sur le côté éthique et les valeurs de la société, on peut citer la propagation de la discrimination dans la société, la diffusion de valeurs intolérantes, ainsi que la propagation de sentiments de haine, de rejet, de mensonge et de malveillance. C'est pourquoi les étudiants estiment que la meilleure solution pour lutter contre ce type de discours est de prendre des mesures éducatives en augmentant la sensibilisation au sein de la société et de ne pas accorder d'importance à répondre aux publications et aux commentaires présentés par les auteurs de discours de haine sur les réseaux sociaux, au lieu de prendre des mesures législatives car elles sont destinées aux professionnels de la loi.

# مجلة معالم للدراستات الاعلامية والاتصالية



مجلة تصدر عن مخبر الاتصال والأمن الغذائي  
كلية علوم الاعلام والاتصال-  
جامعة الجزائر3



المجلد الخامس/ العدد الأول  
جوان 2023  
ISSN 2716-9111

## 4. CONCLUSION

En conclusion, cette étude souligne l'importance de prendre en compte les effets négatifs des discours de haine dans le cyberspace sur les valeurs morales individuelles, ainsi que sur le bien-être émotionnel et éthique des individus. Il s'agit d'un phénomène préjudiciable qui peut avoir des conséquences graves sur la vie des personnes concernées. Cependant, il est possible de lutter contre ce phénomène en adoptant une approche collective impliquant la participation de tous les acteurs sociaux, notamment les gouvernements, les organisations de la société civile, les entreprises et les individus eux-mêmes.

La mise en place de réglementations adéquates pour contrôler et limiter les discours de haine en ligne est une étape essentielle pour lutter contre ce phénomène. Cependant, cela ne suffit pas en soi, et il est également important de promouvoir l'éducation et la sensibilisation pour aider les individus à comprendre les conséquences de leurs actes et de leurs paroles.

En outre, une action collective est nécessaire pour combattre efficacement les discours de haine et promouvoir des valeurs de tolérance, d'inclusion et de respect mutuel. Cela peut se faire à travers la promotion de campagnes de sensibilisation, la participation à des initiatives communautaires, la diffusion de messages positifs sur les réseaux sociaux, et la création de réseaux de soutien pour les personnes victimes de discours de haine.

En somme, il est possible de lutter efficacement contre les discours de haine dans le cyberspace en adoptant une approche collective et en mettant en place des mesures concrètes pour promouvoir des valeurs positives et prévenir les comportements préjudiciables. Cela nécessite l'implication de tous les acteurs sociaux et une volonté collective de travailler ensemble pour créer un environnement en ligne respectueux et inclusif pour tous.

## 5. Références

<sup>1</sup> Journal officiel du 29 avril 2020

[https://www.ilo.org/dyn/natlex/natlex4.detail?p\\_lang=fr&p\\_isn=112064](https://www.ilo.org/dyn/natlex/natlex4.detail?p_lang=fr&p_isn=112064)

<sup>2</sup> Futura science. <https://www.futura-sciences.com/tech/definitions/informatique-instagram-17147/>

<sup>3</sup> The Dangerous Speech Project. 2021. <https://dangerousspeech.org/>

<sup>4</sup> Benesch, S. 2021. Dangerous Speech: A Practical Guide.

# مجلة معالم للدراستات الاعلامية والاتصالية



مجلة تصدر عن مخبر الاتصال والأمن الغذائي  
كلية علوم الاعلام والاتصال-  
جامعة الجزائر3



المجلد الخامس / العدد الأول  
جوان 2023  
ISSN 2716-9111

The Dangerous Speech Project, 2021, p. 7. <https://dangerousspeech.org/>

<sup>5</sup>Thpanorama. <https://www.thpanorama.com/blog/literatura/formas-de-expresin-y-sus-caractersticas.html>