

## La Russie face à la question de sa suprématie informationnelle

En 2006, Vladimir Poutine déclarait devant le Parlement russe qu'il fallait penser les conflits en termes de « supériorité intellectuelle », de façon « asymétrique et moins coûteuse ». Ne décrivait-il pas là de manière anticipative ce nouveau jeu d'influence et d'affrontement qui se passe sur le net aujourd'hui ?

La Russie, si on la prend comme l'héritière de l'URSS, avait déjà une politique d'influence sous l'ère soviétique. Toutefois, si elle utilisait la propagande durant cette période, une rupture apparaît clairement aujourd'hui. En effet, le but était de faire connaître et adhérer à l'idéologie communiste. Aujourd'hui, la Russie, et plus précisément le Kremlin, ne poursuit plus tout à fait le même objectif. Il n'est pas dans le but d'imposer un modèle de vie, mais plutôt de décrédibiliser et de déstabiliser le fonctionnement des démocraties occidentales, tout en prônant dans une moindre mesure et de manière moins directe la pensée russe.

La stratégie d'influence russe est donc une réponse à la perception qu'ils ont d'un environnement extérieur qui leur serait hostile. La façon dont la Russie, ou du moins les dirigeants tiennent les rênes de la société russe reflète cette volonté de prémunir et protéger leur population, notamment du soft power occidental considéré, à tort ou à raison, comme diffusant des valeurs non compatibles avec les leurs.

Tout en justifiant la protection de son espace intérieur, le Kremlin a alors mené une politique que l'on peut qualifier d'offensive. Dès lors, différents leviers sont utilisés à partir des années 2000 afin d'exporter le modèle russe considéré comme alternatif à celui imposé par l'Occident, que ce soit à travers sa présence au sein d'organisations internationales ou encore à travers l'orthodoxie. Toutefois, ces dernières années, elle s'est illustrée dans un autre domaine ancré dans la modernité, à savoir l'internet. En effet, les pouvoirs politiques russes ont su progressivement utiliser cet outil pour permettre l'expansion de leurs propres médias à l'international que sont Sputnik et Russia Today (RT). Ils ont également entrepris une guerre virtuelle ou cyber à travers notamment la création des « usines à trolls », véritable armée de soldats cyber qui auraient influencé les dernières grandes élections américaines ou encore françaises.

Cette stratégie d'influence se fait notamment à travers le modèle de l'astroturfing, outil de propagation de l'information qui permet d'influencer des opinions grâce à des manipulations de l'information via des bots. Toutefois, si le Kremlin utilise l'internet comme outil d'expansion à l'international, sa vision au niveau domestique est quelque peu différente. En effet, le système russe se caractérise par une présence continue de l'État dans toutes les strates de la société et l'Internet n'y échappe pas. Dans une perspective de refus de dépendance envers les GAFAM et de facto envers les américains, la Russie a développé ses propres outils, que ce soit le Runet, ses propres réseaux sociaux ou un moteur de recherche. Mais plus récemment encore, le Kremlin a émis l'idée de pouvoir « couper » son internet du monde en cas d'attaque cyber afin de protéger son espace immatériel.

En réponse à son passé, la pensée russe recherche en permanence à garantir la sauvegarde de l'entité politique, sociale et culturelle du pays, le respect de son intégrité territoriale et de sa souveraineté. Dans le cyberspace, vu comme un espace informationnel, l'essentiel pour la

Russie est donc de se garantir une sécurité informationnelle à la fois par le contenant et par le contenu.

En termes de cyberstratégie, la Russie sort sa première véritable doctrine le 9 septembre 2000 avec la « doctrine de sécurité informationnelle de la Fédération de Russie ». Il s'agit d'un texte-cadre pour l'ensemble des entités étatiques russes. L'information demeure au cœur de cette stratégie, avec le recours au terme « informationnel ».

### **La propagande soviétique pendant la Guerre froide**

Pendant la Guerre froide, l'URSS essayait déjà d'obtenir la suprématie informationnelle face aux pays du bloc occidental, et notamment face aux Etats-Unis.

Durant la Guerre froide, la propagande était un outil au service de deux systèmes idéologiques opposés :

*« D'une certaine manière, la guerre froide trouve son expression la plus intense dans les combats idéologiques et culturels. Des deux côtés, elle tend à mobiliser les forces vives de l'intelligence et de la création. À travers la propagande, c'est la légitimation et la promotion des politiques des uns et des autres qui sont en jeu. La recherche de la vérité, c'est l'évidence, est sacrifiée à la cause. La culture est associée, sinon assimilée, à la politique. Tous les canaux, toutes les tribunes sont utilisés. Tous les arts sont politisés. D'un côté comme de l'autre, des écrivains, des artistes, des savants, des cinéastes sont de piquet. De nouveaux mouvements, de nouvelles associations, de nouveaux journaux prennent naissance sous le feu des passions et des peurs. Partout sont lancées des campagnes de propagande et d'intoxication. À l'Est et l'Ouest, les mêmes mots sont utilisés. Paix, liberté, justice, démocratie. Mais c'est pour désigner des réalités opposées. Directement ou indirectement, Américains et Soviétiques pilotent, influencent, financent les mouvements, associations, journaux qui prennent naissance des deux côtés<sup>1</sup> ».*

Par rapport aux États-Unis, la nature totalitaire du système soviétique a simplifié la coordination et le contrôle des médias. Tous les journalistes se devaient d'être membres du parti communiste et leurs carrières étaient organisées par l'État. La plupart d'entre eux étaient donc loyaux envers le système soviétique et pratiquaient une autocensure. En revanche, il y avait tout de même des institutions chargées du contrôle des médias<sup>2</sup>. Si les mécanismes de l'autocensure ne fonctionnaient pas, le Politburo du Comité Central du Parti Communiste de l'Union Soviétique, centre exécutif de l'État, pouvait exercer un contrôle direct par la GLAVIT, son agence de censure. Celle-ci avait été fondée en 1922 pour « aider » les journalistes à trouver la « bonne orientation<sup>3</sup> ». Le Politburo nommait également le directeur de l'agence TASS (agence de presse officielle), celui de Gostelradio, la station de radio nationale, ainsi que les directeurs de rédaction des deux journaux publics, la Pravda et Izvestia. L'objectif de propagande interne de ces organismes n'était d'ailleurs pas caché, la propagande était aussi une composante essentielle de la politique étrangère soviétique.

L'institution soviétique centrale chargée de coordonner toutes les activités de propagande était l'Administration de l'agitation et de la propagande (AGITPROP) du Comité central du parti

---

<sup>1</sup> DU BOIS Pierre, « Guerre froide, propagande et culture (1945-1953) », Relations internationales, n° 115, 2003, p.437-454.

<sup>2</sup> TAYLOR Philip, « Global Communications, International Affairs and the Media since 1945 », London, Routledge, 1997, p. 32.

<sup>3</sup> WILSON Josh, The Strange Enforcement of Socialist Realism – Soviet Theatre 1917-1960, 2003.

communiste. En 1947, l'AGITPROP réactive l'ancien Komintern<sup>4</sup> sous le nom de Kominform pour créer un réseau efficace qui encadre, coordonne et oriente l'action de tous les partis communistes du monde. En effet, les Soviétiques présentent le Plan Marshall comme une tentative d'asservissement des pays occidentaux aux américains. De fait, l'URSS organise une reprise en main des partis communistes européens. Celle-ci se déroule le 5 septembre 1947<sup>5</sup> lors d'une conférence qui réunit les dirigeants des principaux partis communistes européens. Le Kominform (c'est-à-dire le bureau d'information du parti communiste) est ainsi créé. La fonction de la nouvelle organisation est essentiellement doctrinale et se traduit par une activité de propagande. Charles Tillon définit l'organisation comme « le camouflage d'une mini Internationale toujours dirigée de Moscou<sup>6</sup> ». Celle-ci sera dissoute le 17 avril 1956<sup>7</sup>, à la suite de la « déstalinisation » organisée par Khrouchtchev.

GLAVIT, AGITPROP et Kominform étaient des institutions « visibles », dont la mission officielle était la diffusion de l'idéologie communiste. Un acteur moins visible, mais non pas moins important, de l'appareil de propagande était le KGB, qui dirigeait les actions de « propagande noire » de l'URSS<sup>8</sup>.

Le KGB, GLAVIT, AGITPROP et le Kominform étaient donc les piliers les plus importants de la machine propagandiste soviétique, et celle-ci était énorme<sup>9</sup>.

Concernant les médias, l'État soviétique a établi plusieurs chaînes de radio et de télévision sur lesquelles il a diffusé des informations sur l'URSS qui évoquent des associations positives chez le public, et des informations sur les États-Unis qui soulignent son caractère impérialiste et les aspects négatifs du capitalisme (pauvreté, etc.). Les chaînes propagandistes de l'URSS les plus importantes étaient *Radio Moscou* et *Radio Paix et Progrès*<sup>10</sup>. Le Sovinformburo, l'agence de presse de l'URSS, était chargé de diriger les organes de presse écrite et de radio.

Comme nous venons de le voir, la tentative d'obtention de la suprématie informationnelle soviétique sous la Guerre froide était donc basée sur la propagande organisée par des institutions nationales et par les médias.

L'affrontement idéologique et la lutte pour la suprématie informationnelle entre l'Est et l'Ouest a pris fin après l'effondrement du bloc soviétique, signifiant ainsi la fin de la Guerre froide. Les États-Unis en sont sortis vainqueurs et ont continué à diffuser leur idéologie à travers le monde, notamment grâce aux divers moyens déployés pour s'assurer la suprématie informationnelle.

### **Les nouvelles méthodes de l'influence russe depuis la fin de la Guerre froide**

Sous Eltsine (1991-1997), les Russes ont réfléchi à la menace intérieure que représentait l'influence de l'Occident. En effet, selon Christian Harbulot, ils ont compris que le simple fait de traquer les agents de la Central Intelligence Agency (CIA) ou des autres services de renseignement occidentaux ne fonctionnerait pas. En effet, le système en place était différent, il ne fallait plus se préoccuper principalement du chef d'antenne de la CIA sur place. Ce

---

<sup>4</sup> Le Komintern était une agence fondée en 1919 et financée par les Soviétiques pour coordonner le renversement du capitalisme. Staline l'a dissous en 1943 pour ne pas menacer l'alliance avec les Américains et les Britanniques.

<sup>5</sup> CHAUTARD Sophie, « Les éléments clés de la Guerre froide », Studyrama, 2001.

<sup>6</sup> TILLON Charles, *Un procès de Moscou à Paris*, Paris, Seuil, 1971

<sup>7</sup> MARCOU Lilly, *Le Kominform : le communisme de guerre froide*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 1977.

<sup>8</sup> TAYLOR, *op. cit.*, p. 33.

<sup>9</sup> DU BOIS, *op. cit.*

<sup>10</sup> United States Information Agency, *Soviet Active Measures in the "Post-Cold War" Era 1988-1991*, 1992.

nouveau système était diffus, s'appuyant sur des réseaux ouverts et visibles et s'entourant d'une légitimité inattaquable : la défense de la démocratie et de la liberté. Le discours ayant évolué dans le temps, il s'adaptait parfaitement à la situation russe, notamment par rapport à ses contradictions vis-à-vis des guerres en Tchétchénie.

Ayant compris que le monde du renseignement n'était plus le principal vecteur de l'influence (comme pour les révolutions colorées entre 2003 et 2005), la Russie a engagé sa mutation afin de contrer cette influence. Intérieurement, elle a mobilisé des forces politiques (jeunesses poutiniennes, etc.) et a lancé une « contre-propagande » de façon hyper réactive dans l'univers immatériel afin d'étouffer la moindre initiative étrangère par des initiatives russes ayant davantage de légitimité. Le vrai combat devient celui de la légitimité, plus celui du contrôle.

Avec l'élection de Vladimir Poutine en 2000, le pays retrouve petit à petit une place importante au sein de la communauté internationale. L'élargissement de l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN) et de l'Union européenne (UE) vers l'Est est vu comme une menace par Moscou. En effet, en tant que pays héritier de l'URSS, la Russie considère qu'elle doit garder ses anciens satellites, son « étranger proche », sous son influence.

Il existe une différence majeure avec la période soviétique, l'objectif des manipulations de l'information de la Russie n'est alors plus de convaincre d'une idéologie alternative, mais de diviser. Cette évolution dans la manière d'appréhender sa stratégie s'est faite en plusieurs étapes, notamment après les conflits successifs sur lesquels Moscou est directement intervenu tel que la Tchétchénie, la « révolution de couleur » en Géorgie ou encore le conflit ukrainien.

Une première étape est franchie en 2005 avec la création de Russia Today, qui aura pourtant du mal à s'imposer, mais c'est véritablement en 2011 avec les Printemps arabes et la contestation législative russe de la fin de cette même année que la Russie passe à l'étape suivante. Poutine voit en ce « soulèvement » des foules une manipulation directe de l'Occident pour le renverser. C'est à ce moment-là qu'il va prendre des mesures supplémentaires pour étouffer les protestations de sa population en créant les premières usines à trolls.

Dès lors, si la première étape de la stratégie russe a été de reprendre complètement la main sur sa population, la seconde a été de renforcer l'offensive informationnelle non seulement à l'égard des pays proches, mais également des pays occidentaux. Depuis quelques années, les Russes se sont progressivement construit une forteresse afin de protéger leur espace informationnel, qui selon eux serait directement menacé par les États-Unis. D'ailleurs, c'est clairement ce que soutient la doctrine d'État élaborée dans la stratégie de sécurité nationale du 31 décembre 2015.

L'intervention en Géorgie en 2008 a été désastreuse pour l'image de la Russie. Elle présenta son intervention comme une « imposition de la paix » tout en accusant le leadership géorgien d'avoir commis le « génocide » du peuple ossète. Si en Russie et majoritairement dans l'espace russophone, ces récits du Kremlin ont été plutôt acceptés, en Occident il apparut clairement

que la Russie avait violé la souveraineté de la Géorgie. C'était selon beaucoup d'observateurs, la première grande défaite informationnelle russe de ces dernières années.

C'est avec son intervention en Syrie que la Russie va changer d'approche. Pour comprendre la place du « volet informationnel » de la guerre de l'information menée par la Russie en Syrie, il est important d'analyser les récits que le Kremlin a tenté de promouvoir dans ce pays, en accusant d'autres acteurs comme al-Nosra d'avoir planifié les attaques chimiques, ou comme les Occidentaux d'avoir aggravé la situation sécuritaire dans le pays. Cette promotion est facilitée par la perception négative de l'invasion américaine de l'Irak, considérée également par la majorité des pays arabes comme une cause majeure de l'émergence du groupe État islamique.

On peut également parler de la mutation qu'a connue l'image de Vladimir Poutine dans les médias occidentaux depuis une dizaine d'années. Lorsque la puissance médiatique occidentale était au plus fort, Poutine était généralement décrit dans les médias que comme un dictateur, criminel, etc., montrant ainsi un niveau d'influence sans doute supérieur à la période de la Guerre froide. Paradoxalement, les Russes ont démontré, en brisant toutes les intoxications et la désinformation, quelles en étaient les limites. En effet, aujourd'hui, l'image de Vladimir Poutine n'est plus la même, montrant ainsi que les Russes ont regagné du terrain dans le secteur de l'influence.

Selon Keir Giles<sup>11</sup>, l'objectif n'est plus, comme au temps de l'Union soviétique, de vendre un modèle mais de « saper la notion de vérité objective et la possibilité même de faire du journalisme ». Il s'agit « d'affaiblir l'immunité morale face à la propagande » ainsi que « réduire la confiance dans les sources du savoir » des sociétés occidentales.

De plus, en février 2013, le chef d'état-major des forces armées russes, le général d'armée Valery Gerasimov, présente un article traitant de la place de l'information dans la « guerre irrégulière », créant de fait la « doctrine Gerasimov ». Celle-ci indique notamment, selon Céline Marangé, que :

*« [...] Les moyens non militaires ont vu leur rôle s'accroître pour atteindre des objectifs stratégiques et politiques, et, dans de nombreux cas, dépassent de loin par leur efficacité la force des armes. Les méthodes de lutte utilisées mettent désormais l'accent sur une large (gamme) de moyens politiques, économiques, informationnels, humanitaires, ainsi que d'autres moyens non-militaires, réalisés par l'implication du potentiel de protestation de la population. Tout ceci est complété par des moyens militaires dissimulés, y compris par la mise en œuvre de manifestations d'opposition (dans la sphère) de l'information et d'actions des forces spéciales d'intervention [...] ». <sup>12</sup>»*

Ainsi, on comprend que la « guerre de l'information » est considérée comme un instrument de la guerre irrégulière. Cela peut cependant être nuancé. Céline Marangé indique notamment que « nombreux sont les spécialistes de l'art militaire à faire remarquer que cette doctrine présente des similitudes avec les doctrines militaires qui avaient cours à l'époque soviétique <sup>13</sup> ». Le caractère novateur de cette stratégie est donc à discuter.

Il convient maintenant de s'interroger sur les différents moyens que prend cette stratégie de guerre de l'information menée par la Russie.

## **Le web ou l'espace de tous les dangers et de toutes les possibilités**

---

<sup>11</sup> GILES Keir, [The Next Phase of Russian Information Warfare](#), NATO, Stratcom.

<sup>12</sup> MARANGE Céline, « Les stratégies et les pratiques d'influence de la Russie », Etudes de l'IRSEM n°49, 2017.

<sup>13</sup> *Ibid.*

### *RUNET : La volonté d'un « intranet » russe*

Une grande partie de la population mondiale utilise quotidiennement les outils mis à disposition par les GAFAM, sans alternative nationale. Les russes et leurs voisins ont, quant à eux, décidé de développer leur propre alternative avec le Runet, un segment russophone du Net (ainsi que Yandex le principal moteur de recherche, et Vkontakte comme réseau social). La diplomatie russe considère que, dans le cyberspace comme ailleurs, la souveraineté des Etats doit constituer la norme ultime de la vie internationale et que tout doit être fait pour limiter les tentatives d'ingérence, dont sont notamment accusés les Etats-Unis.

Les services du Runet permettent ainsi à la Russie d'avoir une marge de manœuvre conséquente dans les pays de « l'étranger proche ». Il s'agit d'un instrument d'influence considérable puisque les autorités russes sont susceptibles d'avoir accès aux données des utilisateurs de ces pays.

L'utilisation dominante du russe comme langue principale sur les réseaux numériques de la plupart des Etats post soviétiques, de même que la domination qu'y exercent certaines compagnies emblématiques du Runet, participent à créer une sphère d'influence digitale de la Russie.

Vladimir Poutine est parvenu à faire du cyberspace un élément à part entière du narratif de sa puissance, notamment via des cyberattaques. De nombreuses actions informelles vont être menées via des opérations de diffusion sur le web, d'informations orientées ou fausses dans l'objectif de créer, confirmer, soutenir un rapport de force favorable aux intérêts de la Russie. La « découverte » en 2015 des usines à trolls et de leur implication dans différentes élections, notamment américaines en 2016, renforce ce sentiment de présence constante et calculée sur la toile, même si cela se fait dans l'ombre. Toutefois, en termes de stratégie de communication et faute de réelle preuve matérielle en ce qui concerne ses intrusions, la Russie mène une politique du silence et de rejet de ces accusations.

Cette façon d'agir s'appuie sur une conception particulière de l'espace cyber par la Russie. En effet, en Occident, on parle de « cyberspace », en Russie « d'espace informationnel ». En russe, le préfixe « cyber » est remplacé par « informationnel » (« sécurité informationnelle », « défense informationnelle »). La différence n'est pas seulement sémantique. Le concept de « cyberdéfense » forgé au début des années 90 par les Etats-Unis vient du fait qu'ils étaient soucieux de maintenir l'intégrité des réseaux numériques en plein développement. Le concept de « défense informationnelle » renvoie à la préoccupation soviétique du contrôle de l'information<sup>14</sup>.

L'héritage historique induit que les armées occidentales se soucient d'abord de la sécurité/gestion des contenants (systèmes d'échanges de données), là où les russes s'intéressent d'abord à celle des contenus (informations transitant sur ces systèmes).

Pendant ce temps, la Russie force la main d'Internet d'une autre manière. Elle va de l'avant avec un plan qui oblige les sociétés étrangères, comme LinkedIn, à stocker les données sur ses citoyens sur des serveurs russes. Plus récemment encore, elle a demandé à l'application Tinder de lui fournir des données et communication de ses utilisateurs<sup>15</sup>.

Mais plus globalement, le Kremlin s'est déclaré favorable à un internet russe indépendant. Autrement dit, un internet qui pourrait être complètement indépendant de l'internet mondial. Moscou souhaite développer un internet détaché de celui créé par les américains, le Runet fait alors l'objet d'une véritable inflation législative depuis 2012. C'est dans ce sens que

---

<sup>14</sup> LIMONIER Kevin, Ru.Net, « Géopolitique du cyberspace russophone », Les carnets de l'observatoire, 2018.

<sup>15</sup> CIMPANU Catalin, « La Russie ordonne à Tinder de partager données et communications de ses utilisateurs », ZNet, 5 juin 2019.

la loi sur la stabilité du Runet en cas de déconnexion de l'Internet global a été promulguée par Vladimir Poutine le 1<sup>er</sup> mai 2019. Cette loi s'inscrit dans cette tendance de renforcement du contrôle d'Internet par le gouvernement russe, tant sur le plan des infrastructures que sur le plan informationnel. Celle-ci prévoit une nationalisation progressive de l'internet, notamment en permettant que la Russie puisse établir son propre registre de noms de domaine (DNS) que les opérateurs d'internet seront obligés d'utiliser à partir de 2021. Cette volonté s'inscrit toujours dans la continuité d'une volonté de s'affranchir de Washington puisqu'elle accuse l'ICANN, qui octroie les DNS dans le monde, d'être sous influence américaine. De plus, l'organisme Roskomnadzor, l'autorité fédérale de surveillance des médias, devra indiquer aux fournisseurs d'accès à internet par quels nœuds ils sont autorisés à faire passer le trafic. Véritables carrefours pour les flux de données, des dispositifs mouchards y seront installés. Cet accès aura notamment pour effet de surveiller le trafic et de fermer des installations à distance<sup>16</sup>.

Si officiellement, il s'agit pour Poutine d'éviter qu'une attaque informatique atteigne les infrastructures critiques russes, beaucoup d'observateurs prétendent que ce n'est qu'une partie des objectifs de cette loi. Elle démontre en effet plus largement une volonté de contrôler les infrastructures en plus du contenu, que la Russie limitait déjà beaucoup. Ces mesures s'inscrivent dans le prolongement de la doctrine russe de sécurité informationnelle en affirmant une souveraineté numérique et l'acquisition d'une indépendance technologique face aux géants américains et chinois<sup>17</sup>.

### **Des médias au centre du jeu informationnel russe**

Dans le domaine des médias, la présence russe est particulièrement visible, par exemple dans le domaine télévisuel, digital et dans une moindre mesure l'édition.

Tout d'abord, l'année 2013 est marquée par la création de *Rossia Segodnia* par décret du Président russe en remplacement de *Ria Novosti*, créé en 1941 par le Sovinformburo, organe central d'information et de propagande soviétique. Il s'agit d'une nouvelle agence de communication officielle du Kremlin, qui donnera les grands axes à suivre aux médias en ce qui concerne le public étranger. La direction est alors donnée à un journaliste russe très connu et controversé, particulièrement proche du pouvoir, Dmitri Kisselev. Cet homme est qualifié par certains de « nouveau chef de la propagande russe ». La Russie se remet alors progressivement des échecs de sa politique informationnelle notamment durant le conflit en Ossétie du Sud. La réaction de Vladimir Poutine fut donc une refonte des organes de presses internationaux russes avec la création de *Russia Today* en ce qui concerne l'audiovisuel et *Sputnik* dans le domaine digital<sup>18</sup>.

*Russia Today*, lancé en 2005, se présente comme une chaîne télévisuelle internationale, déclarée comme étant un organe indépendant de *Rossia Segodnja*. Aujourd'hui renommé RT, cette modification fut notamment effectuée pour rendre le titre beaucoup plus neutre et éviter de démontrer directement la nationalité du média. La chaîne se présente comme une chaîne « proposant un point de vue alternatif sur tous les grands événements du monde ».

Toutefois, si officiellement RT et *Rossia Segodnia* sont aujourd'hui des entités distinctes et revendiquent leur indépendance non seulement vis-à-vis du pouvoir mais également entre

---

<sup>16</sup> SEIBT Sébastien, « [Internet « souverain » : Poutine veut isoler pour mieux contrôler](#) », France 24, 2 mai 2019.

<sup>17</sup> « [Russie : une nouvelle loi pour la sécurisation et le contrôle du RuNet](#) », Observatoire du monde cybernétique, 1 avril 2019.

<sup>18</sup> CAUDEL Théo, DAVID Philippine, DIONET Corentin, « [RT France, Sputnik : dix choses à savoir sur les médias russes en France](#) », L'OBS, janvier 2017.

elles-même, une seule et même personne a été nommée pour assurer le rôle de rédactrice en chef, la journaliste Margarita Simonyan. Ce qui laisse fortement douter quant à la part d'indépendance du média.

Celle-ci a depuis été également nommée pour le même poste au sein de l'agence de presse multimédia internationale Sputnik créé en 2014. Ce média compte trente-trois sites à l'architecture similaire, produits en autant de langues. Il traite non seulement de l'actualité internationale mais également de l'information de chacun des pays dans lesquels il publie. Une radio qui émet quotidiennement y est également affiliée. Les propos tenus lors de la présentation de Sputnik par le directeur de Rossija Segdonia ne laissent que peu de doutes sur les objectifs souhaités du média : « Nous visons ceux qui sont fatigués de la propagande agressive en faveur d'un monde unipolaire, et qui veulent une autre perspective ».

Sputnik et RT, au-delà d'être des médias russes à rayonnement international, ont su également s'exporter en disposant de bureaux éditoriaux partout dans le monde (Washington, Pékin, Paris...). Ces deux médias ont su progressivement depuis leur création trouver leur audience, qui n'a cessé d'augmenter comme en France notamment avec un usage efficace de formats variés.

Aujourd'hui, la Russie dispose d'un puissant dispositif informationnel au cœur de la stratégie d'influence médiatique russe. Pour montrer à quel point le Kremlin accorde une importance particulière aux médias russes internationaux, Rossija Segodnja a été placée dans la liste des entreprises stratégiques du pays lors de sa création. Cette importance accordée à ses médias internationaux se retrouve également dans les financements qui leur sont accordés malgré une situation économique mitigée.<sup>19 20</sup>

La création de ces médias s'est donc inscrite dans une stratégie de long terme du Kremlin. Dans un premier temps, l'objectif est de cibler un public essentiellement issu du monde occidental. Toutefois, elle cherche parallèlement à se créer un public en dehors de l'Occident, en particulier dans les pays du Moyen-Orient et d'Amérique latine. Afin de toucher ce public assez spécifique, les médias utilisent les techniques modernes des médias contemporains pour gagner et conserver leurs parts d'audience. RT par exemple cherche à toucher le public dans des endroits où le message anti-occidental a une plus forte résonance<sup>21</sup>. Sputnik de son côté bénéficie d'une assez bonne popularité sur le web, avec une augmentation de ses audiences grâce au « mainstream ».

La stratégie russe consiste à tirer parti du mécontentement existant parmi ses lecteurs. De nombreux habitants des démocraties occidentales et des pays en développement estiment que leurs médias locaux sont biaisés et ne diffusent plus systématiquement des informations fiables. Ces médias russes se présentent alors comme une « alternative » à ces médias occidentaux. D'autres radiodiffuseurs internationaux qui ont préalablement existé, tels que Radio Liberty et Radio Free Europe, cherchaient également à influencer à l'extérieur de leurs

---

<sup>19</sup> GERARD Colin, « [Sputnik : un instrument d'influence russe en France ?](#) » La revue géopolitique », 22 janvier 2017.

<sup>20</sup> DEL PAREL Alexandra, Avec Russia Today, « [la Russie a-t-elle gagné la guerre de l'information ?](#) » express.fr, 27 juillet 2015.

<sup>21</sup> QENTEL Amélie, « [Russia Today est l'instrument le plus emblématique et efficace du soft power russe](#) », Les Inrockuptible, 19 septembre 2017.

frontières notamment à l'encontre des régimes autoritaires d'Europe de l'Est et l'ex-Union soviétique<sup>22</sup>.

Enfin, au-delà de son objectif de caricaturer la démocratie occidentale, la Russie cherche à promouvoir sa propre image et ses intérêts au-delà de ses frontières. Cette stratégie est évidente dans le contenu diffusé par RT et Sputnik qui met l'accent sur les aspects positifs de l'histoire de la Russie et sur des régions du monde particulières. On peut prendre l'exemple de la Syrie, où la Russie a énormément communiqué sur ses objectifs militaires atteints ou encore l'annexion de la Crimée<sup>23</sup>.

Le bruit médiatique engendré est favorable pour Moscou, comme pour le déploiement en Syrie, car il permet à l'armée de retrouver une image moderne (pas forcément réaliste) et d'avoir une représentation méliorative de la puissance russe dans le cyber. Cela permet à la Russie d'occuper l'espace médiatique, de peser dans les débats publics d'Etats tiers.

RT et Sputnik sont des médias audiovisuels extérieurs qui essaient de se positionner comme des médias qui font de la diplomatie publique. En effet, les médias russes ne critiquent jamais directement les autorités du pays. La stratégie de ces médias est d'affirmer qu'ils transmettent une information qui n'est pas publiée par les autres médias traditionnels mondiaux, « question more » comme on peut trouver sur le site de RT. L'objectif est toujours le même, c'est de se positionner comme des acteurs alternatifs à la puissance occidentale.

Même si tout porte à croire que ce sont de véritables organes au service de la stratégie du Kremlin, la difficulté est de prouver le lien et l'intervention du pouvoir central russe<sup>24</sup>. Comme l'affirme le journaliste du reportage France Culture, le vrai danger propagandiste issu de la Russie, c'est que tout est publié « sous un masque sur les réseaux sociaux ». On en revient dès lors à cette question de la possession de l'espace informationnel mondial du cyber.

Pour le posséder, la Russie s'appuie notamment sur un moyen innovant : les « usine à trolls ».

### **Internet Research Agency : les usines à trolls**

Les usines à trolls, grande émulation de ces dernières années, sont constituées de personnes employées par le Kremlin pour diffuser des messages pro-russes sur l'ensemble des réseaux sociaux mondiaux. Ces trolls professionnels fabriquent de l'information en s'appuyant dans une majeure partie du temps sur les points faibles des sociétés occidentales. C'est ce que l'on nomme aussi les « *fakes news* ». Véritables fléaux de ces dernières années, ces trolls ont su utiliser l'information, ou pourrait-on dire la désinformation, pour déstabiliser leurs cibles.

L'*Internet Research Agency*, créée en 2013 et située à Saint-Petersbourg, est une des plus grandes usines à trolls russe connue. Ce lieu a été mis en lumière en 2016 lorsqu'il a été accusé d'avoir directement influencé les élections présidentielles américaines. En effet, l'IRA est financé par *Concord Management and Consulting* qui se trouve être une société contrôlée par Yevgeniy Prigozhin, un proche de Vladimir Poutine. Une des particularités réside donc dans la difficulté à déterminer le lien direct du Kremlin à ces agissements, c'est la main mise sur les « grands acteurs russes » par des hommes d'affaire appartenant au cercle proche de Poutine. Cela permet de conserver toute la légitimité du régime et de s'en détacher en cas d'attaque.

---

<sup>22</sup> DELCAMBRE A. et PICQUART A., « [Sputnik et RT, instruments d'influence de la Russie](#) », Le Monde, 28 mars 2017.

<sup>23</sup> NIVAT Anne, « [RT et Sputnik sont des instruments de propagande](#) », Live Emission Figaro, 16 mars 2018.

<sup>24</sup> France culture, « [Russie/Occident la nouvelle guerre de l'info](#) », La fabrique Médiatique, Postcast, 17 mars 2018.

L'utilisation d'entreprises et d'organisations « de façade » tend à s'inscrire comme un trait distinctif des opérations d'influence russe.

De plus, ces trolls russes ont notamment recours à l'astroturfing, techniques de propagande manuelles ou algorithmiques utilisées à des fins publicitaires ou politiques qui ont pour but de donner une fausse impression d'un comportement spontané ou d'une opinion populaire sur internet. Véritable outil de manipulation, l'objectif est de se réapproprier les valeurs libérales de la liberté d'expression et de l'engagement civique pour créer un semblant d'action citoyenne. Ces agissements n'ont pour finalité que de semer davantage la confusion dans les débats et plus généralement dans l'information donnée<sup>25</sup>. Ces trolls « humains » s'accompagnent également dans leurs actions sur le net de « bots » qui désignent des logiciels opérant de manière autonome et automatique. Ce sont des robots qui ont pour principal objectif de réaliser des tâches précises et répétées. Les bots russes sont particulièrement présents dans les messageries instantanées et plus généralement sur les réseaux sociaux. Véritable outil stratégique de manipulation des opinions sur le web, il s'avère être aujourd'hui de véritables armes de manipulation de l'information que les russes ont très vite su manier avec succès.

Une analyse a également montré l'influence considérable que peuvent avoir les bots dans le débat d'une société. En effet, le rôle des trolls russes dans l'amplification du débat des antivaccins aux Etats-Unis a démontré comment de simples machines peuvent avoir une influence dans les grands débats publics<sup>26</sup>.

### **La Russie, la cause de tous les maux occidentaux ?**

*Au vu de ce que nous venons d'évoquer, il convient de mener une réflexion sur la place que les occidentaux donnent à la Russie en termes de manipulation informationnelle. A-t-elle la place qu'on lui donne ? Ou bien est-ce à relativiser ?*

Il est indéniable que la Russie dispose d'une politique d'influence et de manipulation de l'information. Mais en fait-elle réellement davantage que les autres acteurs internationaux ? Comme il est vu tout au long de l'analyse, chaque pays utilise ses propres moyens afin de faire passer le message qu'il souhaite. Les russes n'ont certainement rien inventé, même si cela s'inscrit dans leur histoire, notamment avec le poids de la propagande durant la Guerre froide. Ce qui a véritablement marqué le tournant dans cette vision de la Russie comme ennemi numéro un dans le domaine cyber, c'est sa capacité à détenir une sorte « d'armée », qui n'est pas directement reliée à elle-même mais qui travaille contre l'Occident et les Etats-Unis. De nombreuses allégations existent, non seulement pour les élections américaines mais également pour la France avec le parti politique En Marche. La difficulté dans ces affaires repose sur le fait que rien n'a été véritablement prouvé. Comme toujours dans ce domaine, la difficulté de l'attribution est un point majeur. Et c'est avec cela que la Russie joue, tout en se positionnant comme un Etat qui ne joue pas ce jeu d'influence. Cette « publicité » massive accordée par les médias à « l'adversaire » russe qui manipule l'ensemble du cyber se révèle être une publicité directe pour les lecteurs qui adhèrent à leur modèle alternatif, accroissant de facto la portée de leur message.

Cette publicité a ainsi permis à d'autres pays de développer une culture de l'influence et de la manipulation informationnelle. Dans la volonté de déstabiliser l'ennemi régional ou occidental, l'Iran s'est fortement inspiré des méthodes russes pour parachever sa stratégie.

---

<sup>25</sup> SARFATI Leïla, « [L'astroturfing « 4.01 » : entre influence digitale et cyberguerre](#) », Infoguerre, 25 juin 2018.

<sup>26</sup> KIRK Katherine, « [How Russia sows confusion in the U.S vaccine debate](#) », FP, 9 avril 2019.

