

La stratégie numérique de Russia Today France

Joanne Saade

▶ **To cite this version:**

Joanne Saade. La stratégie numérique de Russia Today France. Sciences de l'information et de la communication. 2018. dumas-02933149

HAL Id: dumas-02933149
https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02933149

Submitted on 8 Sep 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Journalisme

Option : Journalisme et innovation

La stratégie numérique de Russia Today France

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Valérie Jeanne-Perrier

Nom, prénom : SAADE Joanne

Promotion : 2018

Soutenu le : 23/11/2018

Mention du mémoire : Très bien

Remerciements :

J'adresse mes remerciements aux personnes qui m'ont aidée dans l'élaboration de ce mémoire.

En premier lieu, je remercie Madame Valérie Jeanne-Perrier, professeure de Sociologie des médias à l'École de journalisme du CELSA et directrice de ce mémoire. Je remercie également Monsieur Tristan Mendès-France, professeur au CELSA qui m'a aidée tout au long de la rédaction de ce mémoire.

Que le chercheur Julien Nocetti soit également remercié pour le temps qu'il a bien voulu me consacrer en répondant à mes questions.

Sommaire :

Comprendre la stratégie numérique de RT France

Remerciements 2

Introduction 4

I) Succès de la stratégie numérique 7

A) Focus sur le site internet de RT France

B) Réseaux sociaux et autodérision 15

II) Les limites de cette stratégie numérique 30

A) Une ligne éditoriale contestable qui amoindrit la crédibilité de RT

B) Quand la riposte s'organise 37

Conclusion 41

Annexes 43

Entretien 45

Bibliographie 50

Introduction

En 2004, l'Ukraine connaît un mouvement démocratique sans précédent appelé la « révolution orange ». Ce mouvement est perçu par le Kremlin comme une ingérence occidentale, qui prend conscience de ses faiblesses en matière d'influence internationale et décide alors de « *reconfigurer sa politique étrangère et de renforcer ses capacités de soft power*[1] ».[2] Moscou pose donc les bases de Russia Today en 2005 avec un objectif clair : réaffirmer la place de la Russie dans l'espace médiatique international et contrer l'hégémonie des médias occidentaux.

Deux piliers sont alors créés : d'un côté l'organisation autonome à but non lucratif TV-Novosti détenue par RIA Novosti, l'agence de presse russe dépendant du ministère de la communication. Cette dernière administre le groupe RT et depuis janvier 2017, le journal multilingue Russia Beyond the Headlines (RBTH). D'autre part l'agence fédérale Rossia Segodnia maison-mère de l'agence d'information internationale Sputnik. En 2013, sur décision de Vladimir Poutine, RIA Novosti est absorbée par Rossia Segodnia, l'agence de communication du Kremlin à destination de l'étranger.[3] Sur le papier Sputnik et RT sont indépendantes et possèdent à Paris des locaux situés à deux endroits différents. En réalité, la présidence est assurée par une seule et même personne : Margarita Simonian.

Les deux organismes sont financés par le gouvernement russe et ont respectivement reçu en 2017 environ 400 millions d'euros.[4] Des dotations qui ne sont pas près de diminuer puisque selon le journal *Le Monde*[5] , RT a acquis le « statut d'entreprise stratégique servant à protéger les intérêts nationaux », grâce à un décret signé en 2012. Ce qui lui permet ainsi d'échapper à toutes les coupes budgétaires.Les liens entre RT et Moscou semblent très clairs. « C*omme elle est financée par le gouvernement, elle ne peut s'empêcher de refléter la position officielle du gouvernement russe sur les événements dans notre pays ou dans le reste d'une monde, d'une manière ou d'une autre*», expliquait

[1] Le soft power (ou puissance douce en français) est un concept développé par le professeur américain Joseph Nye. Il désigne la capacité d'influence ou de persuasion d'un Etat, d'une société multinationale, d'une ONG ou d'un groupe minoritaire auprès d'autres acteurs pour les conduire à penser de la même façon que lui ou à changer de comportement, de manière indirecte, en douceur, sans que les autres acteurs aient l'impression d'y avoir été contraint.

[2] Selon Maxime Audinet, doctorant à l'Université Paris-Nanterre, enseignant à Sciences Po. Il détaille son argumentaire dans une interview parue le 08/01/2018 sur le site de sudouest et intitulée « Y-a-t-il un soft power russe ? »

[3] Vincent Coquaz, « RT, le site prorusse financé par le Kremlin (mais qui n'aime pas qu'on le dise), Libération.fr, 19/12/2016

[4] Thierry de Monbrial, Dominique David, *Ramses 2018*. La guerre de l'information aura-t-elle lieu. DUNOD, septembre 2017. P 126

[5] Tiphaine Le Liboux, « Russia Today, porte-voix des intérêts russes », lemonde.fr, 14/03/2014

Vladimir Poutine, dans une interview à RT[6], après avoir pourtant affirmé que le média n'avait pas vocation à défendre «la position russe». Des liens manifestes mais qui ne semblent pas toujours assumés.

En effet Russia Today décide de gommer cette image de média explicitement pro-russe, avec l'adoption d'un nom « plus neutre » en 2009, « Russia Today » laisse la place à « RT ». De surcroît, aucune mention à la Russie n'est faite dans le « à propos » présents sur les multiples sites internet du groupe. Seule la ligne éditoriale est longuement mentionnée. « *Les actualités de RT traitent des principaux problèmes de notre temps sous un angle destiné aux spectateurs qui veulent en savoir plus en soulevant des sujets souvent ignorés par les médias grand public pour produire un contenu qui sort de l'ordinaire. RT propose un point de vue alternatif sur tous les grands événements du monde* », est-il écrit. [7]

En réalité derrière cette promesse d'une information vue nul part ailleurs, la ligne éditoriale est plus ambiguë et complexe, comme nous l'analyserons tout au long de ce mémoire.

Au fur et à mesure des années, le média russe a su s'implanter partout dans le monde, il comprend à ce jour 25 bureaux sur 4 continents avec 2100 employés. Trois chaînes émettent depuis Moscou : RT International, RT Arabic et RT Espagnol, trois autres sont implantées localement : RT America aux Etats-Unis, RT UK en Angleterre et RT France à Paris. Ont depuis été créés une chaîne documentaire, une agence de production de vidéos (Ruptly) et six médias en ligne en anglais, russe, espagnol, arabe, allemand, français et des dizaines de comptes sur les réseaux sociaux. Selon un sondage d'Ipsos paru en mars 2016, son audimat représente 70 millions de téléspectateurs par semaine.

Concernant la version française, le site RT France existe depuis 2015 et la chaîne a été créée en décembre 2017 avec un budget de lancement de 20 millions d'euros. La branche française possède une rédaction d'une cinquantaine de journalistes (dont une dizaine de journalistes web et vidéos) et des locaux de 1800 m^2 à Boulogne Billancourt. Difficile d'avoir plus d'informations concernant la rédaction de RT France, la direction n'a jamais répondu à nos demandes de rencontre. Les journalistes que nous avons sollicités ont également refusé de répondre à nos questions*. « La raison pour laquelle nous n'ouvrons pas nos portes, c'est que nous n'avons pas grand-chose à montrer mais aussi parce que RT est menacé sur les réseaux sociaux* », déclarait Xenia Fédorova aux

[6] Max Fisher, « In case you weren't clear on Russia Today's relationship to Moscow, Putin clears it up », thewashingtonpost.com, 13/06/2013.
[7] https://francais.rt.com/a-propos-de-rt

Echos en juillet 2017.[8] Jeune Russe non francophone, c'est elle qui dirige la chaîne et le site internet de RT France. Comme pour la maison mère, RT France promeut une information différente des médias « mainstream » qu'elle entend bien concurrencer. « *Je suis de plus en plus sceptique sur les médias traditionnels qui traitent tous les mêmes sujets avec les mêmes angles. Le Monde et Le Figaro, comme la plupart des grands médias, publient beaucoup de copier-coller des dépêches de l'AFP, Reuters ou AP. Nous voulons promouvoir une approche alternative de l'info* », déclarait Madame Fedorova en janvier dernier dans une interview aux Echos. [9]

Pour mettre en avant leur approche unique de l'information, RT mise particulièrement sur sa stratégie numérique. A l'heure où la télévision laisse place à internet et les réseaux sociaux, le média russe propose une stratégie numérique innovante qui entend bien faire de l'ombre aux médias traditionnels sur internet. Une stratégie remarquée qui a d'ailleurs été récompensée au webby awards 2016 dans la catégorie « le choix du public ». [10]

Il nous semblait pertinent de nous intéresser à la présence de RT France RT France sur les réseaux sociaux ainsi qu'à son site internet www.francais.rt.com.

A travers ce mémoire, nous avons cherché à voir si la stratégie numérique de RT France était efficace et si RT parvenait à s'imposer face aux médias « traditionnels » qu'il entend concurrencer ?

Pour tenter de répondre à ces questions, nous avons collecté de nombreuses données sur internet grâce à de nombreux logiciels tels que Similarweb[11] ou waybackmachine[12]. Nous nous sommes plongés dans de nombreux articles universitaires écrits par des chercheurs spécialistes de la Russie. Malgré nos nombreuses sollicitations, RT France n'a jamais eu la politesse de nous répondre et nous le regrettons.

---

[8] Jean-Philippe Louis, « Avant son lancement, Russia Today veut montrer patte blanche », Les Echos, 23/07/2017

[9] Pierre de Gasquet, « Xenia Fedorova - la journaliste en guerre froide avec Macron », les Echos, 26/01/2018.

[10] https://www.webbyawards.com/winners/2016/social/social-content-and-marketing/news-information/rt-social-media/

[11] https://www.similarweb.com

[12] http://web.archive.org

I) Succès de la stratégie numérique

A) Focus sur le site internet

- Un site adapté à chaque région

Russia Today compte six sites internet différents : « l'original » en anglais est le premier à avoir vu le jour en 2009. Ont ensuite été créés des sites en français, en russe, en allemand, en anglais, en espagnol et en arabe. L'un des points forts du média, et non des moindres, c'est de parvenir à s'adapter aux audiences locales et régionales des pays.
« *La ligne éditoriale de RT International ne se confond pas avec celle des chaînes ou des sites locaux. RT s'adapte à l'offre médiatique existante des pays dans lesquels la Russie souhaite étendre son influence* », explique Maxime Audinet, doctorant à l'université de Paris Nanterre et spécialiste de la politique d'influence de la Russie contemporaine, dans un article publié dans le *Monde diplomatique*.[13] Il détaille la ligne éditoriale de chacune des versions. RT America *« reprend la critique du néolibéralisme et des positions diplomatiques néoconservatrices* », au proche Orient, RT Arabic *« déplore la déstabilisation engendrée par les "printemps arabes" et vilipende l'interventionnisme militaire des puissances occidentales dans la région*». *« La critique de l'ingérence des Etats-Unis dans les affaires intérieures de pays souverains est l'un des chevaux de bataille »* de RT Spanish.
En ce qui concerne le site de RT en français, comme les autres branches européennes de RT, « *il offre un visage nettement plus conservateur. Abordant peu les questions économiques et sociales, il a une prédilection pour les thèmes sécuritaires.* » Preuve à l'appui, le doctorant explique qu'en 2016, pour « *un article évoquant le chômage, on en trouve 17 sur le terrorisme, contre 2 dans Le Monde et 1.7 dans Le Figaro* ».
« *Si je devais rattacher l'audience de RT à des tendances politiques, je dirais que ce sont les deux extrêmes qui se rejoignent : l'extrême droite et l'extrême gauche* », explique Julien Nocetti, chercheur à l'Institut français des relations internationales (Ifri) et spécialiste de

[13] « La voix de Moscou trouble le concert de l'information internationale », Maxime Audinet, le Monde diplomatique, avril 2017, page 6 et 7.

l'internet russe[14]. « *A l'extrême gauche, ça se base surtout sur un antiaméricanisme et moins sur une adhésion à la politique russe en tant que telle* », souligne-t-il.

Malgré nos nombreuses sollicitations, Russia Today France ne nous a jamais répondu, difficile donc d'avoir des chiffres précis sur l'audience du site. Selon l'outil Similar Web, RT France a reçu la visite de 2.616 millions visiteurs uniques par mois (calcul réalisé entre juillet 2018 et septembre 2018). Des valeurs similaires à celles mentionnées par le média dans un article de Challenges datant de juillet 2018[18]. Selon Similar Web, les visiteurs du site RT France proviennent majoritairement de France (78%) et des pays francophones frontaliers comme la Belgique (3.47%) et la Suisse (2.46%). Plus étonnant, 1.86% des visiteurs de RT France habite en République Centrafricaine et 1.61% au Canada. [19]

Sites internet et date de création[15]	Visiteurs uniques mensuels (en millions)[16]
RT France (2015)	2.616
RT Spanish (2010)	10.19
RT Arabic (2010)	4.777
RT Russe (2010)	18.91
RT Deutsch (2015)	1.181
Rt.com (2009)[17]	46.66

L'audience du site de RT France est beaucoup moins importante que celle des autres sites (voir le tableau ci dessus), mais avec RT Deutsch, le site est l'un des derniers nés (2015), il faudra attendre plusieurs mois voire années avant de pouvoir effectuer une comparaison entre tous les sites du média russe. Si les ambitions de RT France sont grandes, les audiences restent minimes par rapport aux autres médias d'actualités « mainstream » avec lesquels RT veut rivaliser. Lefigaro.fr[20], premier site d'actualités consulté en France a reçu en janvier 2017 la visite de 11 millions de visiteurs uniques et environ 947 000 visiteurs uniques par jour quand RT France accueillait 2.6 millions de visiteurs uniques par mois.

[14] Entretien téléphonique mené le 18 octobre 2018.
[15] Nous nous sommes basés sur la première version du site internet enregistré dans l'outil Wayback machine.
[16] Données relevées le 21/10 avec Similar Web.
[17] De 1996 à 2009, le nom de domaine existe mais nous ne relevons pas de publications. Il est simplement écrit « Shadow Island Games » sur la page d'accueil du site, cela correspond au nom d'un jeu vidéo. Les premières publications de RT apparaissent en 2009.
[18] Marc Baudriller, « RT France s'inquiète pour son avenir et conteste sa mise en demeure par le CSA », Challenges. 4/7/2018
[19] Données provenant de Similar Web, relevées le 20/10/2018
[20] Rapport Médiamétrie « Audience Internet ordinateur en France en janvier 2017 », 28/2/2017.

➢ Un site enrichi et moins tourné vers le buzz

Capture d'écran du site en septembre 2015



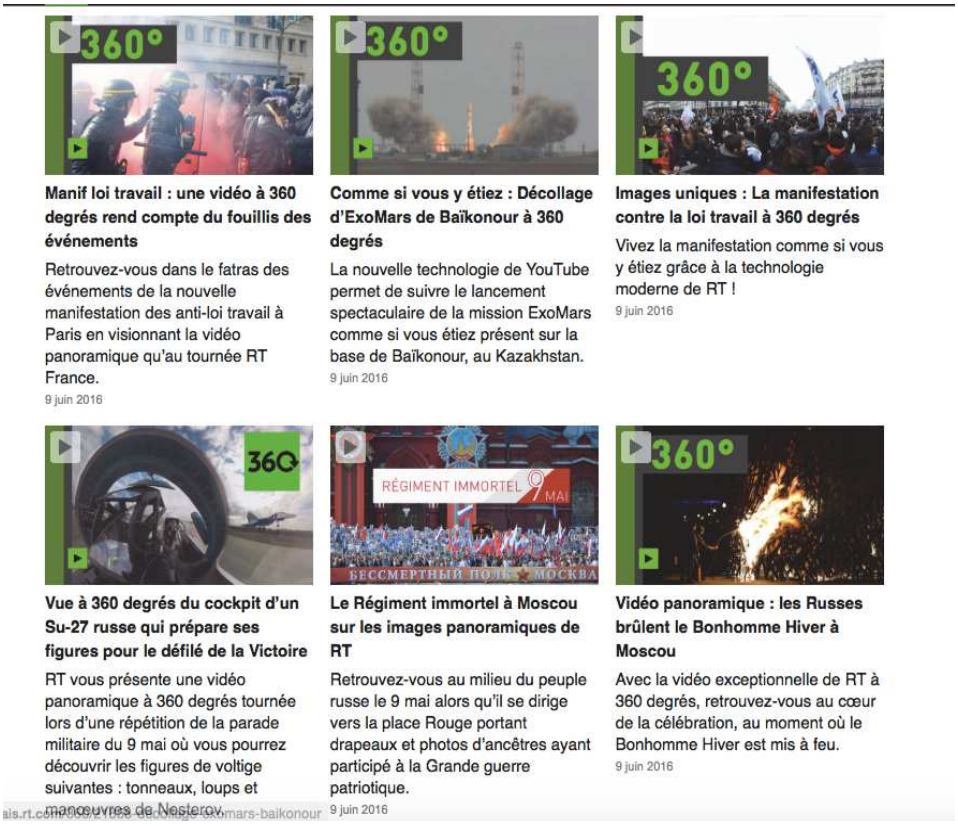
Bien que nous n'ayons pas de chiffres sur l'évolution de l'audience depuis le lancement du site, nous supposons que le nombre de visiteurs a augmenté au cours de ces dernières années, puisque le site s'est largement transformé et enrichi. Nous pensons donc qu'une part plus importante du budget de la chaîne lui a été consacrée. En 2015, lors du lancement du site, celui-ci ne comptait que cinq onglets (*Tous nos articles, France, International, Opinions, vidéos*) contre onze aujourd'hui (*Actualité, France, International, Economie, Opinions, Interdit d'Interdire, Magazines, Documentaires, Vidéos RT360*).

Capture d'écran du site le 28 octobre 2018



C'est en 2017 que le site de RT s'est le plus enrichi avec les onglets Entretiens, RT vous parle et surtout RT 360. La capacité à proposer un contenu innovant et à s'adapter rapidement aux nouvelles technologies constitue selon nous l'autre point fort du média russe. « *RT s'est adapté rapidement à la promotion des contenus sur internet, en utilisant massivement les technologies numériques virales (retransmission vidéo en direct, images à 360°)* », explique Maxime Audinet.[21]

Depuis juin 2016, RT 360 propose un pêle-mêle de vidéos courtes en format 360°, sans commentaires, sur des sujets très différents. Une vidéo d'une descente de ski en maillot de bain à Sotchi côtoie des images de la minute de silence à Bruxelles, en hommages aux victimes du terrorisme. On retrouve également beaucoup de vidéos 360° tournées au cœur des manifestations, dont raffole particulièrement le média russe. Si aux Etats-Unis, de nombreux médias ont investi dans la vidéo 360° comme le *New York Times* devenu leader en la matière, « *la France peine à suivre le mouvement, le phénomène pointe timidement le bout de son nez* », explique Manon Michel dans son compte rendu d'une conférence sur le journalisme immersif qui a eu lieu au Celsa en juin 2017[22]. En investissant dans des projets innovants, RT tente d'élargir son audience et de prouver aux autres médias « traditionnels » qu'il compte bien devenir un concurrent sérieux.



Capture d 'écran de l'onglet 360°

[21] Voir n°2

[22] Manon Michel, « La réalité virtuelle va-t-elle améliorer le journalisme ? », les inrocks.com, 14/06/2017

Le dernier onglet à avoir vu le jour est « Interdit d'Interdire », crée en octobre 2018. « Interdit d'Interdire » est le nom de la nouvelle émission de Frédéric Taddeï, diffusée du lundi au jeudi, à 19 heures. C'est la nouvelle fierté de la chaîne. Preuve en est, c'est la seule émission du site à avoir son propre onglet. Pour faire la promotion de ce nouveau rendez-vous quotidien, Frédéric Taddeï a accordé des interviews à de nombreux journaux (*Le Point*, *Le Parisien*, etc) ainsi qu'à des émissions de radio et télés dans lesquels il mettait en avant l'entière liberté que lui promettait la chaîne. « *RT c'est la seule chaîne qui m'ait donné carte blanche pour faire ce que je préfère à la télévision : une vraie émission culturelle avec de vrais débats* », déclarait le journaliste dans une interview au Parisien cet été. [23]



« Cette prise de guerre » pour reprendre l'expression de Julien Nocetti fait partie de la nouvelle stratégie de RT France, « *ils se focalisent moins sur une stratégie de buzz, avec des publications vulgaires. Ils sont plus sur une tentative d'avoir leur propre contenu repris par des médias qu'ils appellent « mainstream* », *comme Le Monde, Libération, et surtout d'attirer des figures considérées comme « mainstream », c'est le cas de Taddeï*», explique le chercheur. Si nous comparons les publications du site français de RT avec celles du

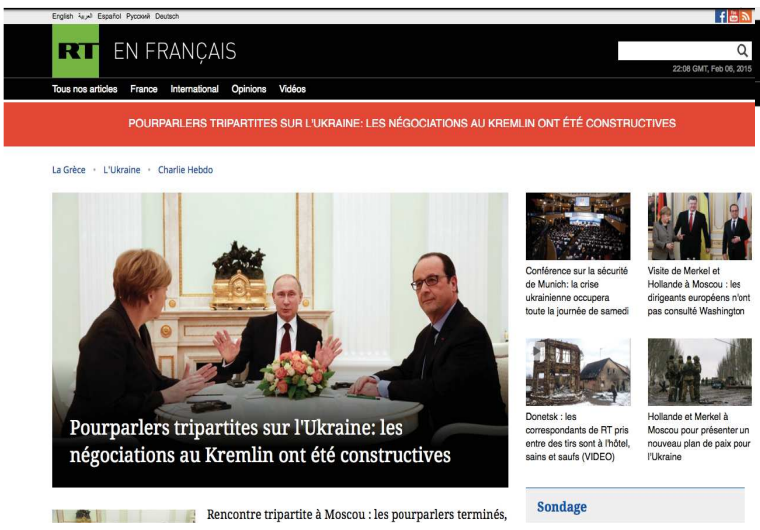
[23] Paul Géli, « Frédéric Taddeï rejoint Russia Today : "les injures, je m'en fiche" », Le Parisien, 18/07/2018.

site original « RT.com », ou encore d'autres versions comme la version espagnole, nous avons le sentiment que la version française publie des articles qui sont moins tournés vers le sensationnel et le buzz que ses concurrentes. Pour Julien Nocetti, plusieurs raisons expliquent ce tournant « sérieux ». « *Ils savent très bien qu'ils étaient dans l'œil du cyclone après les propos de Macron devant Poutine à Versailles en juin 2017* (ndlr Emmanuel Macron : « *On va se dire les choses, en vérité Russia Today et Sputnik ne se sont pas comportés comme des organes de presse et des journalistes mais comme des organes d'influence, de propagande et de propagande mensongère, ni plus ni moins* »). *Ils ont compris qu'il fallait maintenir un profil bas pendant quelque temps. Après cet événement, il y a eu une forme d'introspection de leur part. De plus, ils se sont adaptés aux spécificités locales, et se sont rendu compte que parfois, le fait de "taper" sur certaines personnes, sur certaines problématiques, ca ne fonctionnait pas. Ils ont rapidement compris ce qui rentrait dans leur intérêt »,* abonde-t-il.

- Une identité affirmée

« *L'audience de RT c'est des personnes lasses du politiquement correcte ou de ce qu'ils considèrent comme "mainstream"* », explique Julien Nocetti. Et cette volonté de séduire les personnes lasses des médias dits traditionnels, RT France l'a bien compris. Grâce à l'outil wayback machine qui garde en mémoire les archives des pages internet, il semblerait que la première version du site de RT France date de février 2015. Si l'on compare la page d'accueil du site l'année de son lancement et celle en octobre 2018, on remarque que le bandeau noir en haut de la page est désormais affublé du slogan de la chaîne « Osez questionner ».

(A gauche, une capture d'écran de Septembre 2015, à droite d'octobre 2018)





« Osez questionner : c'est notre devise et c'est la mission principale de RT, déclarait Xénia Fedorova, présidente de RT France, dans une interview donnée à l'Obs.[24] *« Nous voulons encourager les spectateurs à poser des questions et à penser en dehors de la bulle d'informations des médias mainstream, qui négligent certains points de vue »,* rajoutait-elle. [25] Pousser les lecteurs à se poser des questions sur tout ce qu'ils entendent dans les médias « mainstream », c'est la marque de fabrique du média et le cœur de sa stratégie. A l'heure où la confiance des Français envers les médias s'étiole[26], RT compte bien profiter de ce désamour et de cette méfiance pour faire sa promotion et attirer un maximum de lecteurs. « *Question More », « Osez questionner », ou encore « Sepa Mas »* sont affichés sur les différentes versions des sites de RT.

En plus de ce slogan affiché fièrement sur le site, sur les vidéos publiées sur internet et sur la chaîne, RT a crée sur son site internet une nouvelle rubrique intitulée « RT vous parle » dont l'objectif est clairement de se défendre face aux attaques et critiques des médias considérés comme « mainstream ».



[24] Xenia Fedorova : "Osez questionner", c'est notre devise, c'est la mission principale de RT », interview recueillie par Anne Sogno, Télé Obs, 16/12/2017

[25] https://www.la-croix.com/France/chaine-publique-russe-RT-lance-Paris-francais-2017-12-18-1300900383

[26] Baromètre annuel « La Croix/ Kantar Sofres/Kantar Medias » publié le 2/2/2017

Qui mieux que RT pour faire la promo de RT ? Dans de longs articles non signés, qui font parfois penser à des éditos, la chaîne dénonce une « censure » dont elle est victime et pointe du doigt les critiques des médias « traditionnels » à l'égard de son travail (voir captures d'écrans ci dessus). Les démonstrations sont longues et argumentées et tous les médias ayant critiqué le travail de la chaîne russe sont remis à leur place.

Dans un article intitulé « *la paille et la poutre : quand les médias français critiquent la couverture présidentielle de RT* »[27], la chaîne règle ses comptes avec BFMTV, France info et Europe 1. « *Alors que RT couvrait la présidentielle russe le 18 mars, d'autres médias suivaient semble-t-il la chaîne et peut-être pas que pour s'informer* », peut-on lire dans le chapô précédent l'article. Le média russe sous-entend que certains médias auraient regardé la chaîne simplement pour critiquer la manière dont elle avait couvert l'élection présidentielle russe. « *BFM TV semble oublier que les invités s'expriment en leur nom. C'est*



oublier aussi que RT France, si elle n'a pas été aussi prompte que les autres médias à dénigrer le processus démocratique russe, n'a pas ignoré les irrégularités dénoncées par l'opposition. Bien que les images de bourrage d'urnes n'aient pas été diffusées par RT, Europe1 semble ainsi omettre que, dès 8h le 19 mars, la correspondante de RT France à

[27] Article publié sur francais.rt.com le 21 mars 2018.

Moscou, Vera Gaufman, en parle en détail », peut-on lire dans l'article. RT est souvent critiqué par les autres médias pour son traitement particulier de l'actualité et entretient cette position de victime qui contribue à son succès. Plus les médias « mainstream » critiqueront RT et plus le média russe se verra conforter dans sa position de média alternatif qui véhicule une parole qui va à rebrousse poil et qui n'est entendue nul part ailleurs. Pour Vassily Klimentov, spécialiste de la Russie la réussite de RT s'explique notamment par sa ligne éditoriale *« (...) Sur le fond, il est évident, que même en ayant connaissance de l'agenda politique qui saute aux yeux et même en comprenant que l'information est filtrée, reste qu'il n'existe pas d'autres chaînes de télévision où l'on peut voir une interview du président syrien Bachar el-Assad ou de ses représentants, un entretien avec le leader du Hezbollah libanais, Hassan Nasrallah, ou avec le défunt président du Venezuela Hugo Chàvez »,* écrivait-il dans un publié sur le site de l'INA.[28] Dans la colonne *Opinions* du site internet de RT France, certains chroniqueurs comme Bernard Lugan, contributeur du site Boulevard Voltaire cofondé par Robert Ménard, figure proche du Rassemblement National ou encore l'économiste russophile Jacques Sapir ont la possibilité de s'adresser à leurs auditeurs via leurs chroniques, aussi critiquables soient-elles.

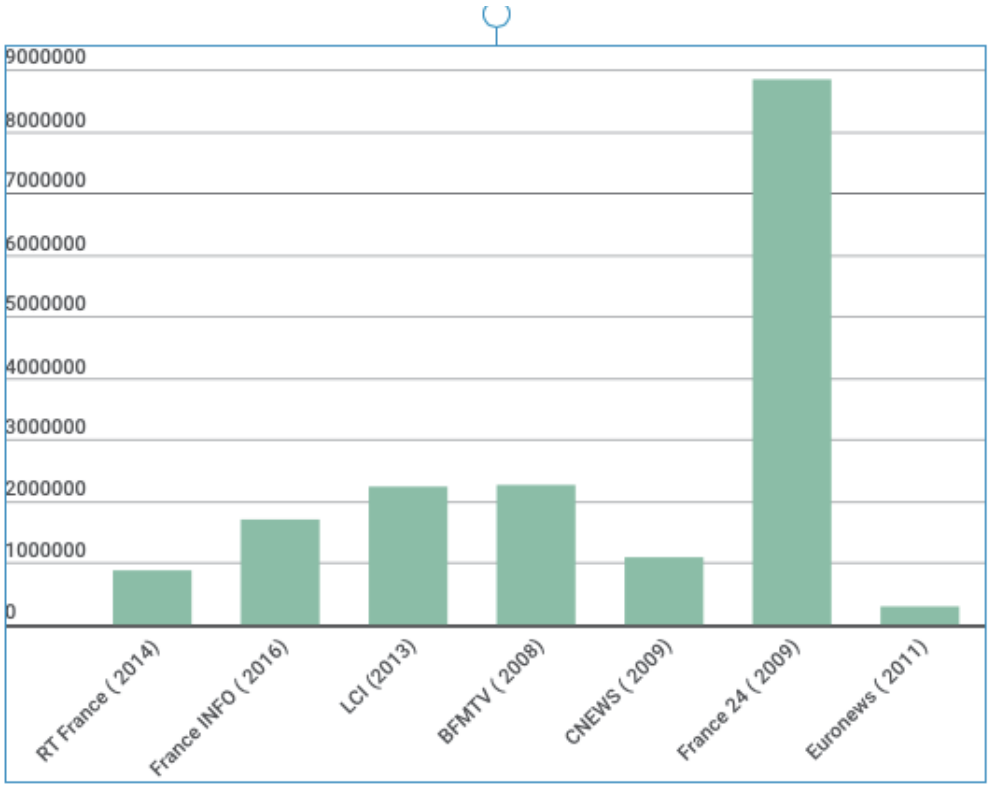
[28] https://www.inaglobal.fr/television/article/rt-le-soft-power-russe-en-images

B) Réseaux sociaux et autodérision

➢ Une audience faible mais une stratégie numérique remarquée.

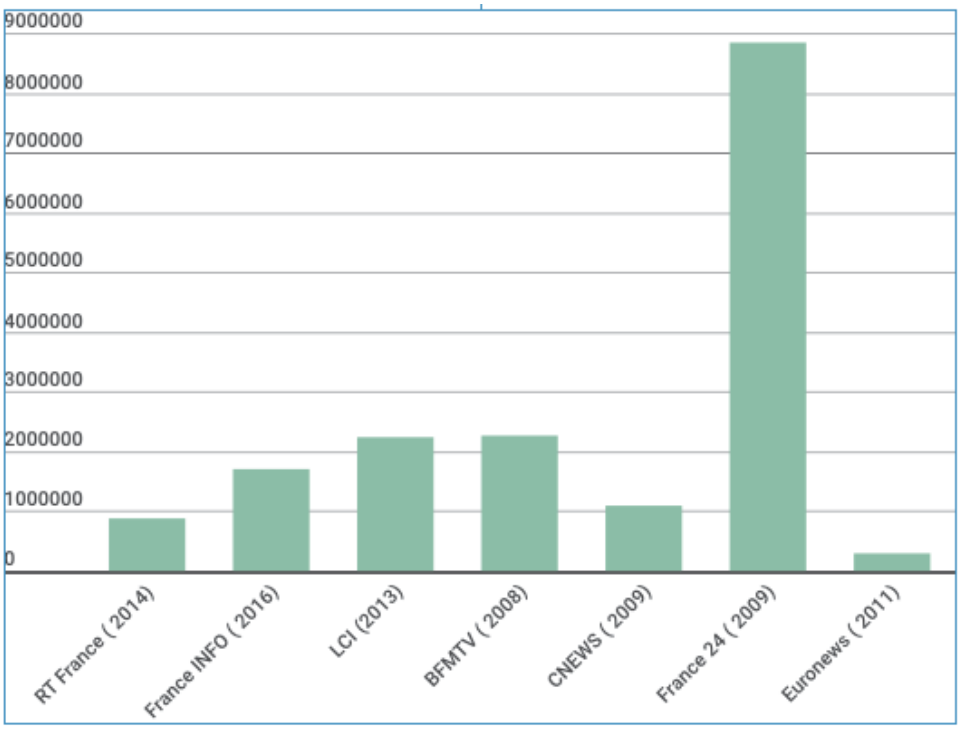
Comme de nombreux médias, RT France est présent sur Facebook, Snapchat, Instagram, Twitter et Périscope. Nous avons comparé les pages de RT France sur les réseaux sociaux avec celles d'autres médias d'info en continu.[29] Sur Facebook, Instagram et Twitter, RT France semble à la traîne. Créée en septembre 2014, la page facebook de RT France est aimée par 876 000 personnes contre 1.7 million de likes pour France Info alors que la page a été créée deux ans plus tard. La page facebook de France 24 est aimée par presque 9 millions de personnes, mais elle a été créée cinq ans avant celle de RT France.

Nombre de likes sur les pages facebook (en millions)



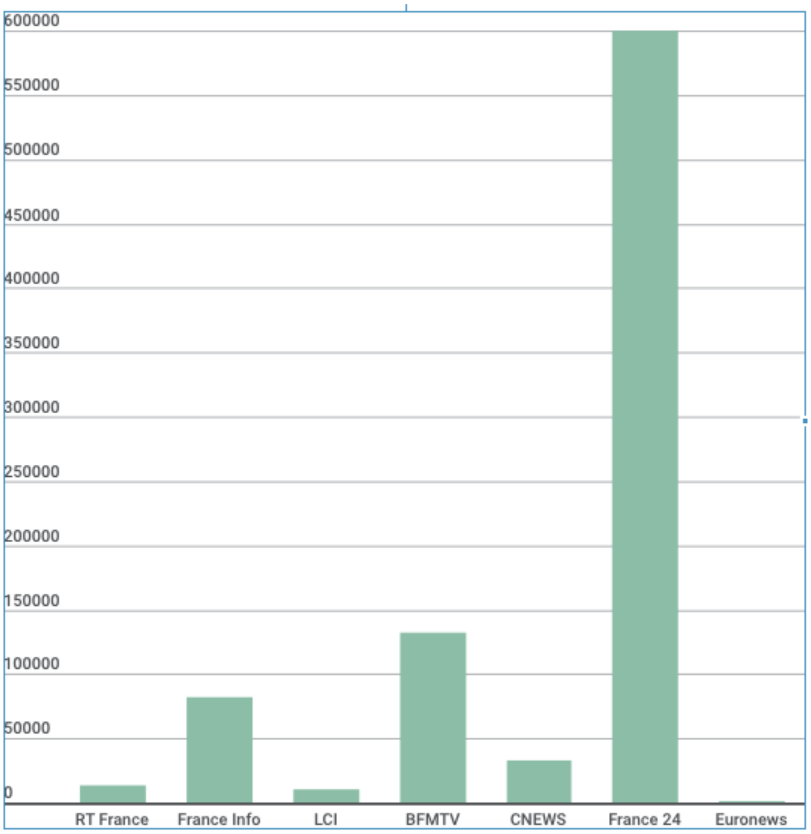
[29] Toutes les données ont été relevées le 6 octobre 2018. Graphiques réalisés à l'aide d'Infogram.

Nombre d'abonnés sur les pages Twitter (en milliers)



Même constat sur Twitter, où le nombre d'abonnés de Russia Today France semble faible comparé aux autres chaînes d'info en continu. Sur le podium on retrouve BFMTV avec près de 2.35 millions d'abonnés, France info avec 1.28 million d'abonnés et Cnews avec 1.25 million d'abonnés. Des chiffres qu'il faut tout de même nuancer puisque la majorité des comptes a été crée environ cinq ans avant celui de RT France.

Nombre d'abonnés sur les comptes instagram (en milliers)



Le constat est identique sur Instagram où la page RT France rassemble environ 14 000 abonnés contre près de 600 000 abonnés pour le compte de France 24, 132 000 pour celui de BFMTV et environ 82 000 pour celui de France Info.Comparées aux autres chaînes d'informations en continu avec lesquelles le média russe entend rivaliser, ses audiences sur les réseaux sociaux paraissent faibles.

Mais RT parvient tout de même à se démarquer sur les réseaux sociaux avec un contenu décalé et interactif à destination des plus jeunes, cibles privilégiés. « *RT est conscient du pouvoir des millennials*[30]*. Le média utilise la culture d'internet pour les séduire (...) Ils promeuvent leurs articles avec des gifs dans les stories instagram et utilise des hashtags pour pousser les jeunes à commenter leurs publications* », écrit la journaliste Sophie Fitzpatrick dans un article intitulé « What Media Companies can learn from Russia Today »[31] , c'est à dire « ce que les médias peuvent apprendre de Russia Today ». Sur facebook, le média russe fait la promotion de ses articles en invitant les lecteurs à exprimer leurs émotions avec un objectif précis en tête : la viralité. *« Lorsque nous sommes en colère, nous voulons nous déchaîner. Lorsque nous trouvons quelque chose de drôle, nous voulons en rire avec les autres. Le contenu évoquant une réponse émotionnelle est plus susceptible d'être partagé. Si vous regardez des exemples de contenu devenu viral, vous remarquerez qu'il est souvent motivé par des émotions intenses »,* explique Sophie Fitzpatrick dans un article sur la viralité des publications. [32] Ce genre de publications est présent en nombre sur la page facebook de RT France.



Preuve à l'appui avec ce photomontage publié suite à la décision du président américain de déménager l'ambassade américaine : «Trump reconnaît Jérusalem comme capitale d'Israël ». Il suffira au lecteur de « mettre un cœur » s'il trouve cette décision courageuse, de mettre « un smiley énervé » s'il trouve cette décision irresponsable, et « un smiley qui ricane » s'il trouve que cette décision a peu d'importance.

[30] Le terme « millennials » désigne les individus qui vont atteindre l'âge adulte au 21ème siècle. On appelle également cette génération la génération Y. Elle concerne les 16-24 ans.
[31] Sophie Fitzpatrick, « What Media Compagnies can learn from Russia Today », edgylabs.com, 18/06/2018
[32] Sophie Fitzpatrick, « How to Make your content go viral », edgylabs.com, 09/04/2018



Le média russe publie également des montages photos censés simplifier un fait d'actualité. La plupart du temps ils sont publiés sur instagram et facebook , et mettent en avant les contradictions des gouvernements occidentaux.

Pourquoi RT France mise sur les jeunes ? Tout simplement parce que ces derniers n'hésitent pas à partager des articles qui vont dans le sens de leurs convictions. *« Les jeunes sont plus impliqués politiquement que beaucoup ne le pensent. Ils sont une force politique motrice qui veut faire entendre sa voix »*écrit Sophie Fitzpatrick. Deuxième raison : en publiant des contenus que les jeunes sont susceptibles d'apprécier, RT cherche à les influencer directement. *« Les jeunes esprits sont prêts à être modelés. Qu'il l'exploite ou qu'il le tourne simplement à leur avantage, il faut reconnaître une chose à RT : leur stratégie marketing est puissante»,* écrit la journaliste.



Si ces publications virales permettent à RT France d'élargir son audience, elles ne sont pas sans risques. Dans un article publié en janvier dernier[33], Olivier Clairouin, chef du service vidéo du journal *Le Monde* explique les conséquences négatives de ces publications. « *D'abord on fait des raccourcis (...) cela met en danger l'équilibre de la hiérarchie de l'information, qui finit par s'aplatir. Privilégier l'indignation comme moyen d'expression, c'est finir par ne plus être en mesure de discerner l'anecdote de l'essentiel.* »
Comme nous l'avons écrit précédemment, RT France semble moins tourné vers le buzz que les autres antennes de RT dans le monde. Pour autant, certaines publications sur les réseaux sociaux et notamment sur la page instagram de RT France montrent que l'attrait pour le sensationnalisme qui caractérisait RT à ses débuts n'a pas totalement disparu, comme on peut le voir sur certaines stories Instagram. Elles attirent une audience certaine mais il nous semble évident qu'avec ce genre de publications, la crédibilité et le sérieux de RT semblent amoindris.

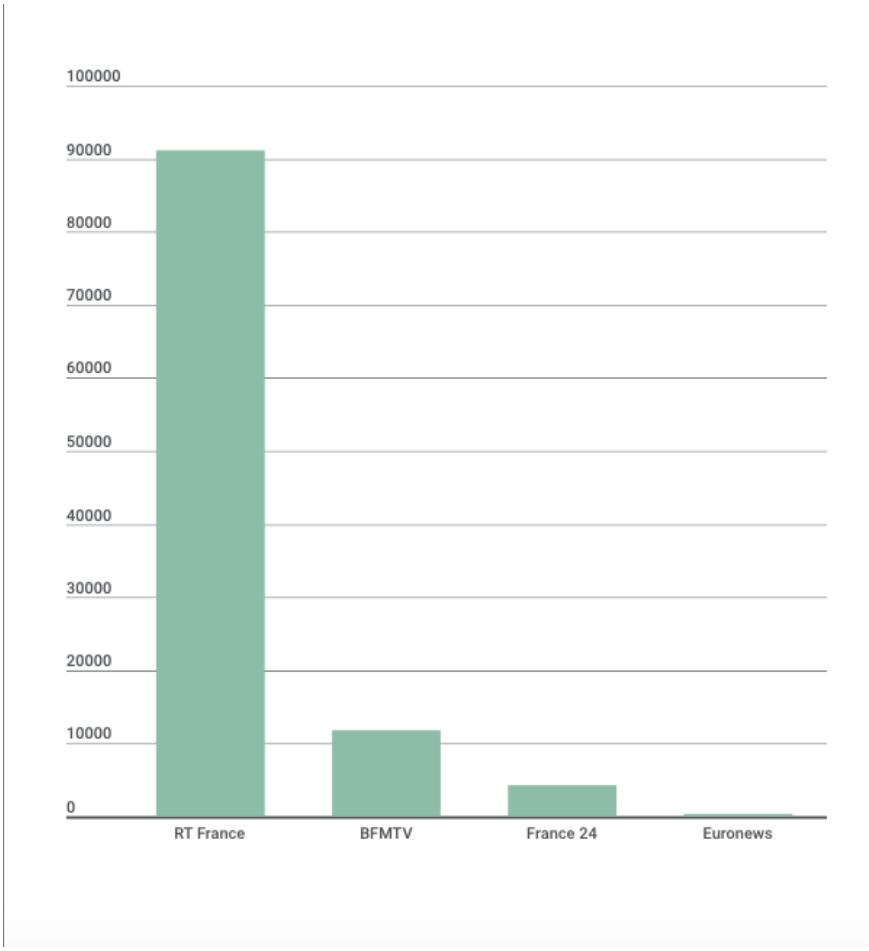


[33]Olivier Clairouin, « Réseaux sociaux : la pente glissante de l'indignation permanente », Le Monde, 20/01/2018.

➢ Periscope et Youtube : les deux réussites de RT

- Periscope

Si nous reprenons l'ensemble des médias que nous comparons avec RT France depuis le début de ce mémoire, seule une minorité d'entre eux possède un compte périscope : BFMTV, France 24 Euronews. En visitant les comptes periscope de chacun, nous nous sommes aperçus que RT France arrivait tout en haut du podium, loin devant ses concurrents. Avec 91 143 abonnés et près de 99 diffusions, RT France dépasse largement BFMTV qui ne compte que 11 746 abonnés pour 21 diffusions, et France 24 (70 000 abonnés et 38 diffusions).



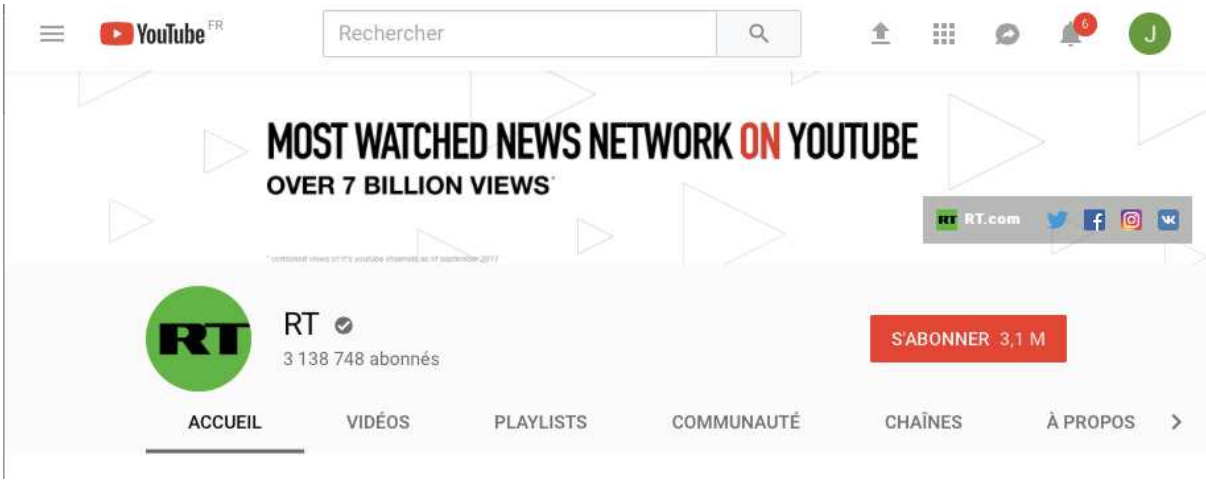
Nombre d'abonnés sur Periscope (en milliers)

Encore plus étonnant, RT France dépasse même les scores de sa maison mère RT.com qui réunit 72 361 abonnés pour 100 diffusions[34]. L'audience de la chaîne russe en France a été particulièrement dopée par les manifestations contre la loi travail et a même devancé à l'époque les comptes périscopes de TF1 et de M6.[35] Une performance dont s'est félicité Irakly Gachechiladze, le président de RT France dans un article de

[34] Chiffre relevé le 6 octobre 2018.
[35] https://www.francetvinfo.fr/monde/russie/russia-today-ou-comment-la-voix-du-kremlin-veut-s-imposer-dans-les-medias-francais_1464259.html

France info.[36] « *Nous avons parfois été seuls à filmer les débordements de Nuit debout, et nos images ont été reprises par d'autres médias* », déclare-il. Dans cet article, la journaliste Anne Brigaudeau donne l'exemple du 24 mars 2018 à Paris. « *Un policier assène un violent coup de poing à un jeune manifestant près du lycée Bergson à Paris. Le lendemain, en représailles, quelques-uns de ses camarades lancent morceaux de bois et barres métalliques contre les vitres du commissariat du 19e arrondissement. Sans le savoir, ils ont été filmés par un journaliste de RT en français, la version francophone de Russia Today. Diffusées en direct via l'appli Periscope, les images sont publiées sur le site sous l'intitulé "Manifestation sauvage des lycéens contre les violences policières". Siglées RT France, elles seront reprises le soir même par le 20 heures de TF1.* » Pourquoi RT France utilise-t-il autant periscope ? « *Ils savent s'approprier tous les canaux qui fonctionnent et qui sont notamment regardés par les jeunes* », explique Julien Nocetti. La chaîne RT étant diffusée uniquement sur le canal 359 de la Freebox, la diffusion sur périscope est un moyen de toucher une plus large audience que les quelques milliers d'abonnés Free. Tous les soirs, la chaîne Périscope de RT France diffuse d'ailleurs sur son compte l'émission « Interdit d'Interdire » de Frédéric Taddeï, un moyen d'attirer une audience supplémentaire.

-Youtube

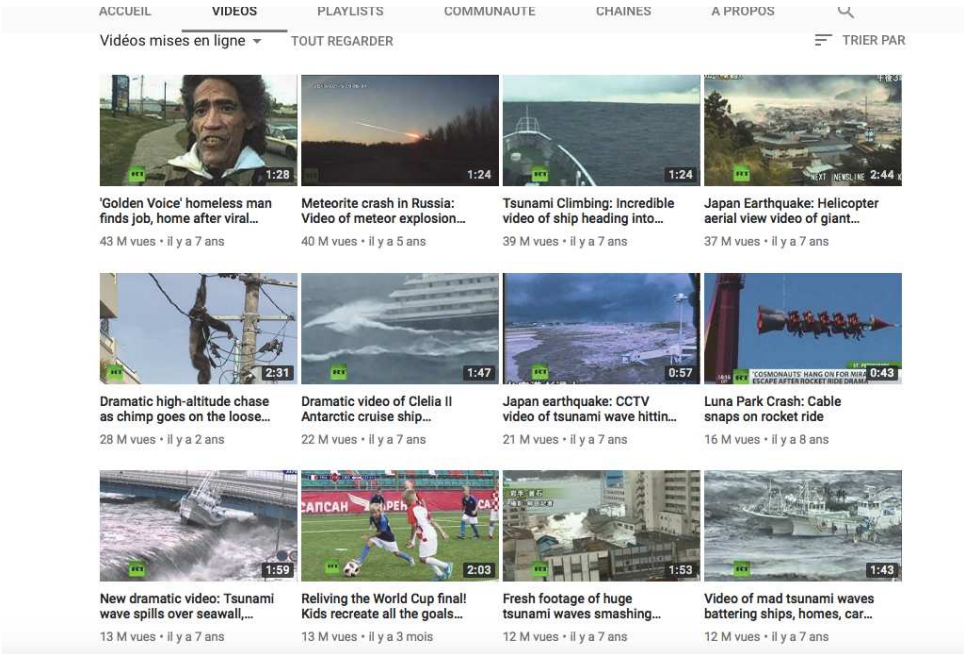


Youtube est le réseau social où Russia Today semble exceller. Difficile de passer à côté du gros bandeau sur le compte original de RT vantant les scores de la chaîne « Most

[36] Voir n°27

Watched news network on youtube, over 7 billion views », peut-on lire. Selon le média russe, l'ensemble de toutes les vidéos publiées sur toutes les chaînes de RT à travers le monde a été vu par près de 7 milliards de personnes. Il existe de nombreuses chaînes youtube affiliées à la maison mère de RT (notamment RT Sport, RT documentary, Ruptly, going under RT etc) mais nous avons ici choisi de nous concentrer sur les principales chaînes nationales pour nos comparaisons. La première chaîne youtube a avoir vu le jour est RT « original » en mars 2007, sans surprise c'est elle qui compte le plus grand nombre de vues, presque 2.5 milliards et 3 millions d'abonnés. En comparaison, la principale chaîne youtube de CNN créée en 2005 compte 5 millions d'abonnés et accumule 3.8 milliards de vues. La chaîne youtube de la BBC créée en 2006 a quant à elle a 3.3 millions d'abonnés et 800 millions de vues, soit moins que RT.

Les scores de RT sur youtube sont donc largement comparables à ceux des grands médias internationaux qu'il entend concurrencer. Dans un article paru sur le site de l'INA[37], le chercheur Vassily Klimentov explique les raisons pour lesquelles RT réussit sur youtube. « *Le format de RT est peut-être plus adapté au web qu'à la télévision classique. Internet propose une interactivité accrue pour les spectateurs, élément fondamental pour partager des vidéos virales en multipliant les commentaires. À ce titre, le fait que les vidéos de RT soient parmi les plus commentées sur la plateforme, malgré la présence de seulement 19 000 vidéos au total ne relève pas que du hasard. Pour accélérer la propagation de " son" information, RT autorise officiellement les utilisateurs à republier*



Capture d'écran des vidéos les plus vues sur la chaîne youtube de RT international

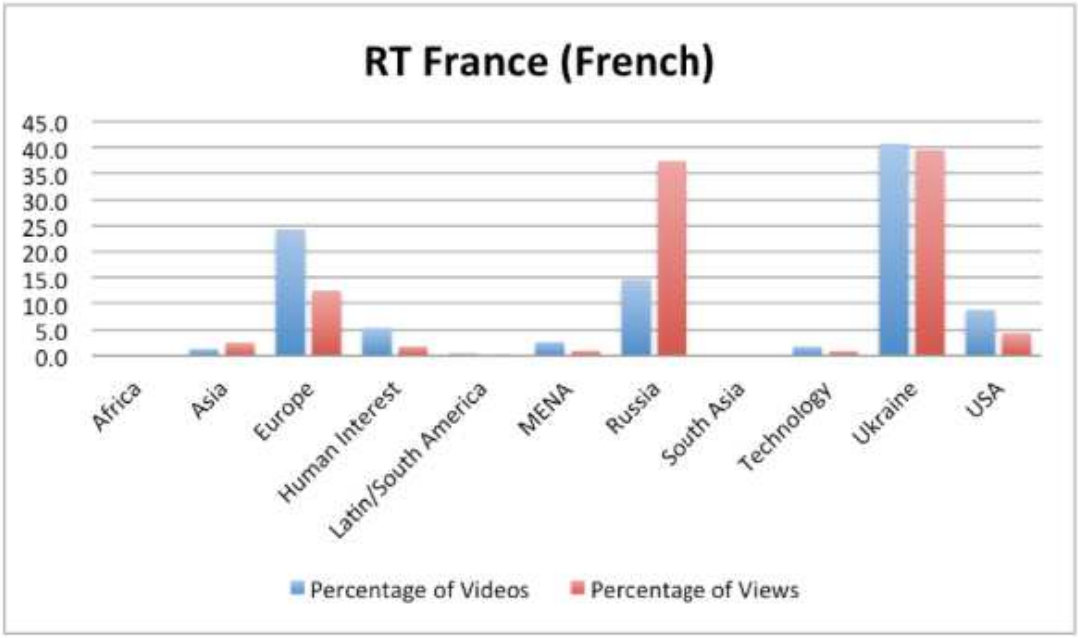
[37] Voir n°28

sur leurs propres chaînes les vidéos qu'elle a postées à condition d'en mentionner l'origine », explique-t-il. L'autre raison qui explique selon nous le succès de RT est la nature des vidéos postées sur les chaînes youtube : catastrophes naturelles (vidéos de tornade, séisme, météorite, vents violents....) attentats, histoires chocs...Sur la chaîne youtube de RT international, les vidéos les plus vues sont des images de catastrophes naturelles. Des vidéos virales, massivement partagées qui sont particulièrement appréciées par RT parce qu'elles font du buzz. Sur le compte youtube de RT France, ces vidéos sont beaucoup moins présentes.

	Nombre de vues	Nombre d'abonnés	Date d'inscription
RT France	92 701 785	212 630	26 sept 2014
RT International	2 492 504 788	2 943 617	28 mars 2007
RT Spanish	1 106 438 248	1 685 017	17 decembre 2009
RT Arabe	984 477 502	1 851 109	5 juil. 2008
RT America	296 665 225	596 228	10 février 2010
RT Russe	1 014 733 682	884 666	26 sept 2011
RT Deutsch	171 164 875	193 235	11 juin 2014
RT UK	44 645 089	88828	29 oct 2014
RT Chinese	700 710	6449	15 mai 2015

Concernant la chaîne youtube française de RT, elle a été créée en 2014, comme les chaînes espagnol, allemande et anglaise. La stratégie est la même que sur le site internet de la chaîne : un contenu personnalisé en fonction des pays est proposé. « *RT a mis au point un programme sophistiqué sur youtube où il publie des contenus spécifiques en*

fonction de cibles précisément définies », écrivait le Washington Post[38] en mars 2015. « *Sur la chaîne américaine, les vidéos dépeignent le gouvernement américain comme raciste, incompétent et abusif. Quand un événement se déroule aux USA et apporte de l'eau aux moulins des anti américains, vous pouvez être sûrs que la chaîne va le couvrir* », écrivaient les trois journalistes. Malgré un contenu personnalisé, toutes les chaînes (sauf les chaînes espagnole et américaine) se faisaient l'écho du conflit en Ukraine particulièrement apprécié par les téléspectateurs.



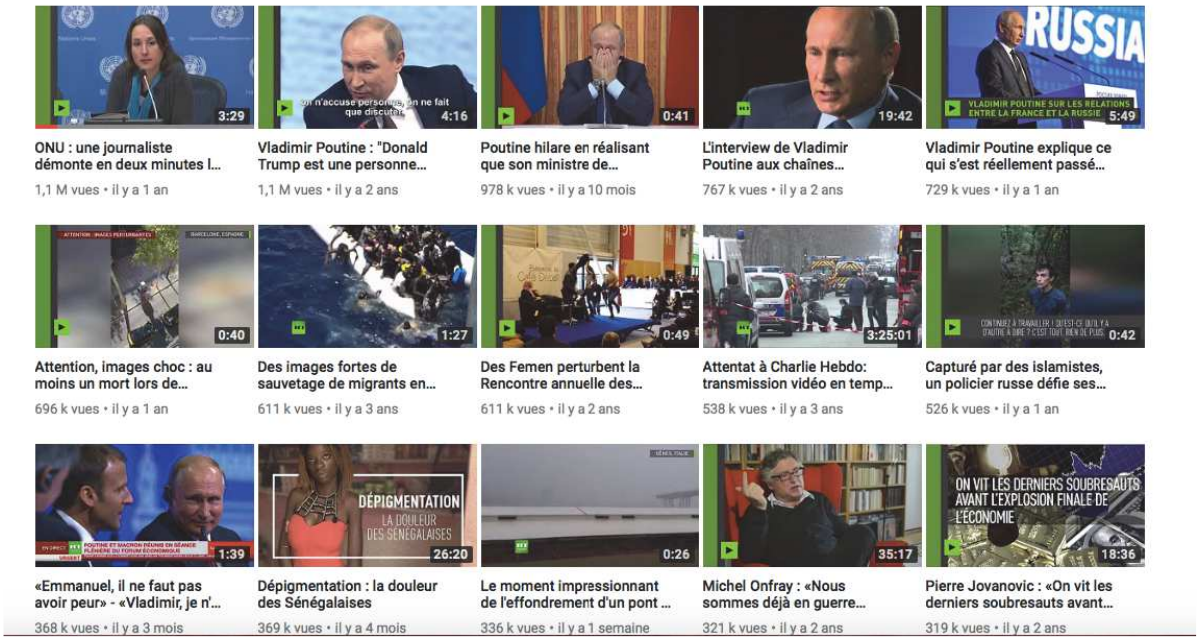
RT French Percentage of Videos Posted and Total Views
Data: quintly.com; Figure Elizabeth Nelson

Les journalistes américains avaient étudié des milliers de vidéos postées sur les différentes chaînes youtube et avaient expliqué qu'en France, les visiteurs étaient particulièrement intéressés par les sujets liés à l'Ukraine or RT France publiait à l'époque le plus de vidéos sur ce sujet. Ils étaient également très intéressés par les vidéos liées à la Russie, malgré le nombre faible de vidéos que la chaîne publiait à ce sujet. Aujourd'hui, les visiteurs de RT France regardent majoritairement des vidéos sur la Russie, comme on peut le voir sur cette capture d'écran. Sur les cinq vidéos les plus vues sur la chaîne youtube, quatre vidéos parlent de la Russie. La vidéo la plus vue est

[38] Robert Orttung, Elizabeth Nelson, Anthony Livshen, « How Russia Today is using Youtube », thewashingtpost.com, 23/03/2015

intitulée « une journaliste démonte en deux minutes la rhétorique des médias traditionnels ». [39] Critique des médias mainstream, discours en faveur de Bachar Al Assad, allié de Vladimir Poutine... Cette vidéo semble réunir tous les ingrédients qui plaisent à l'audience de RT. Vue plus d'un million de fois et partagée sur de nombreux sites, elle est pourtant très critiquable tant sur le fond que sur la forme. De nombreux médias comme *Libération*[40] ou le *Monde* ont fait un travail de fact checking et ont analysé les propos de cette « journaliste indépendante ». Il en ressort que la journaliste n'est pas du tout indépendante contrairement à ce qui était affirmé, elle est particulièrement connue pour ses positions pro-russes et a « le profil d'une activiste pro-régime syrien ». Contrairement aux apparences, la vidéo n'a pas été tournée par l'ONU, ce qui lui donnerait une certaine légitimité. C'est le régime syrien et une organisation appelée Hands off Syria qui sont à l'origine de l'événement et qui ont pu utiliser la salle de presse de l'ONU comme toutes les associations. Tout un contexte et des explications qui ne sont pas fournies par Russia Today. « *Russia Today fonctionne par omission, elle sélectionne certains faits et ne présente jamais de contrepoints* », explique Anne Le Huérou, chercheuse spécialiste de la Russie dans un article publié dans *Le Monde.* [41]

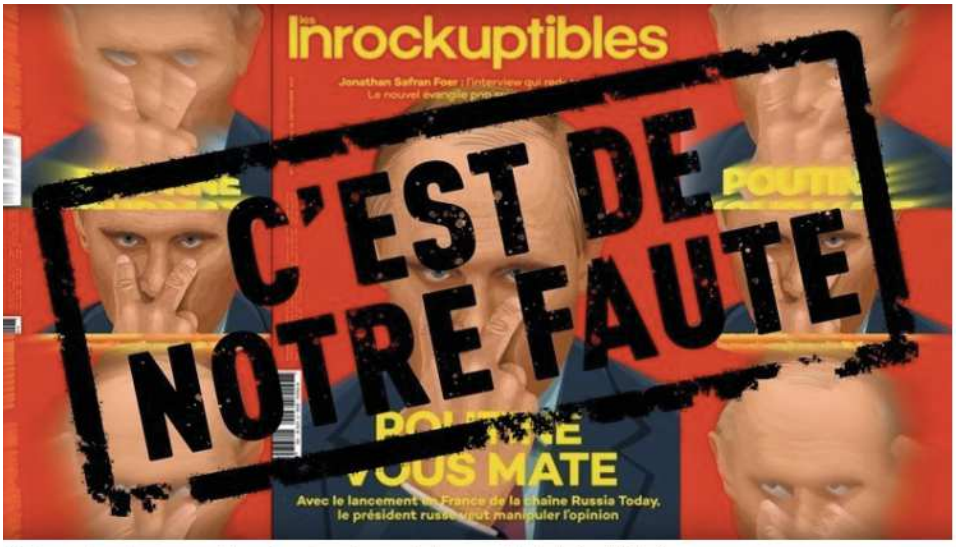
Capture d'écran des vidéos les plus vues sur la chaîne youtube de RT France.



[39] https://www.youtube.com/watch?v=0DZSPy5KkWg&t=77s&frags=pl%2Cwn
[40] Pauline Moullot, « Propagande prorusse sur Alep : qui est cette " journaliste indépendante" qui cartonne sur le Web ? Libération, 15/12/2016 https://www.liberation.fr/desintox/2016/12/15/propagande-prorusse-sur-alep-qui-est-cette-journaliste-independante-qui-cartonne-sur-le-web_1535499
[41] Voir n°36

- RT se démarque par l'humour.

L'autre atout de RT est selon nous le ton humoristique qu'elle manie avec succès. Une « une » sur RT qui ne leur plaît pas ? Un reportage de France 2 qu'il juge trop à charge? RT réplique à ses détracteurs avec son propre style. Au moment du lancement de la chaîne télévisée française, le média a publié une vidéo[42] dans laquelle on voyait des images de la chaîne russe avec un rap en fond sonore dont les paroles étaient : *« Vous avez raté un train ? Perdu une élection ? C'est de notre faute* ». Une vidéo similaire à celle publiée pour les 10 ans de RT en décembre 2015, dans laquelle la rédactrice en chef de RT Margarita Simonian était affublée d'un uniforme soviétique, la femme de ménage des locaux recevait quant à elle directement des ordres du Kremlin. En conclusion du clip, Margarita Simonian s'adressait aux spectateurs le sourire aux lèves : « *Alors c'est comme ça que vous imaginiez ? Vous avez raison, c'est exactement la manière dont nous travaillions !* ». « *Ils excellent sur le plan de la communication et sur leur autopromotion, ils jouent sur cette ligne « anti-mainstream » et « alternatif » avec beaucoup d'humour et*



RT France répond aux accusations, à quelques heures du lancement de la chaîne télévisée

d'autodérision. Cette marque de fabrique est sans doute leur point fort pour trouver leur niche dans le paysage médiatique français », déclarait le chercheur Maxime Audinet dans un article de l'Express. [43] Tourner en ridicule les accusations dont RT fait l'objet semble être un moyen efficace pour convaincre les potentiels téléspectateurs de RT et notamment les jeunes. L'humour leur permet de se rapprocher de leur public et de

[42] https://francais.rt.com/rt-vous-parle/46628-cest-notre-faute-decouvrez-reponse-rt-france
[43] Audrey Kucinskas, « Russia Today se lance en France : "Ce n'est pas une propagande grossière" », L'Express, 17/12/2017

nouer une certaine complicité avec lui. De surcroît, en utilisant l'autodérision, RT tente de se dédiaboliser et rompt avec l'image poussiéreuse d'un média de propagande aux ordres du Kremlin. « *Cette forme de propagande est beaucoup plus subtile que celle faite par les médias russes émettant en Russie (...) Pour rester crédible aux yeux de la diaspora, la chaîne ne peut pas apparaître comme un média caricaturale* », explique Anne le Huérou, membre de l'Observatoire de la Russie à Sciences Po Paris dans un article publié dans Le Monde[44]. Malgré les apparences, cette stratégie d'influence russe n'a rien de nouveau. « *Même si la Russie d'aujourd'hui n'est plus l'URSS, la continuité est frappante: les moyens ont parfois changé mais la doctrine reste la même, comme le recours aux "vieilles méthodes" : (....) désinformation, terreur d'État, manipulation, propagande agressive, exploitation du potentiel de protestation de la population locale (...)Les opérations informationnelles russes sont aujourd'hui un habile mélange de propagande de tradition soviétique et de divertissement à l'américaine. Il y a une part mimétique dans l'approche russe, qui s'inspire des dernières techniques occidentales de communication et de relations publiques »*, peut-on lire dans le rapport du ministère de l'Europe et des Armées et de l'Institut de recherche stratégique de l'Ecole militaire intitulée « les manipulations de l'information : un défi pour nos démocraties ». [45]

[44] Tiphaine Le Liboux, « La chaîne Russia Today, porte-voix des intérêts russes », Le Monde, 14/03/2014

[45] J.-B. Jeangène Vilmer, A. Escorcia, M. Guillaume, J. Herrera, *Les Manipulations de l'information : un défi pour nos démocraties*, rapport du Centre d'analyse, de prévision et de stratégie (CAPS) du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et de l'Institut de recherche stratégique de l'École militaire (IRSEM) du ministère des Armées, Paris, août 2018. p 52

- Conclusion de la première partie.

L'audience du site internet de RT France semble faible comparée à celle d'autres sites d'actualités français que le média russe entend concurrencer mais plusieurs changements ont eu lieu depuis sa création en 2015. Le site a pris un tournant sérieux et s'est enrichi avec de la vidéo 360° par exemple. RT a également affirmé son identité de média alternatif et a communiqué sur sa singularité.
Sur Facebook, Twitter et Instagram les audiences semblent également faibles mais il faut rappeler que RT est relativement jeune. Néanmoins, la stratégie numérique du média russe est particulièrement remarquée sur les réseaux sociaux où il produit des publications mêlant actualité, impertinence et autodérision. Un cocktail numérique censé attirer les jeunes. Sa stratégie est claire : affirmer son identité tout en rompant avec l'image d'un média aux ordres du kremlin comme au 20ème siècle.
Sur le net, RT semble séduire petit à petit. Pour autant le média parviendra-t-il à se hisser aussi haut que ceux qu'il critique continuellement ? Le défi est loin d'être gagné, c'est ce que nous allons essayer de démontrer dans la deuxième partie de ce mémoire.

II) Les limites de cette stratégie numérique :

A) Une ligne éditoriale contestable qui amoindrit la crédibilité de RT

Dans la première partie de ce mémoire, nous avons expliqué que la ligne éditoriale de RT était l'une de ses forces puisqu'elle permettait à des personnes lassées par les médias dits « traditionnels » d'entendre une autre voix et notamment les paroles de personnalités que l'on n'entend nul part ailleurs. A première vue, cette stratégie permettait d'attirer un certain public. Pour autant, ce choix éditorial constitue selon nous une grande faiblesse pour plusieurs raisons.

Tout d'abord, la chaîne semble s'adresser à un public restreint, qui a un fort attrait pour la Russie et qui est particulièrement intéressé par les thèmes sécuritaires et les contestations sociales. Suivre l'actualité sur le site de RT France c'est passer à côté de certaines actualités qui ont pourtant fait la une des derniers journaux télévisés comme la mort du journaliste Philippe Gildas ou encore l'étude selon laquelle les femmes fument deux fois plus qu'il y a quinze ans. Suivre l'actualité sur le site de RT c'est également se passer de l'actualité culturelle et d'une bonne partie de l'actualité sportive. En somme, la plupart des sujets publiés s'inscrivent dans une ligne anxiogène, chaotique, difficile donc d'avoir un panorama complet et équilibré de l'actualité. Souvent, il s'agit de créer un « effet de zoom » sur un sujet politique ou sociétal. « *Ce qui est mis en avant n'est pas vraiment faux, mais tellement accentué que l'on ne voit plus que ça* » expliquait Tatiana Jean, directrice du centre Russie à l'Ifri (Institut français des relations internationales) dans un article de l'Express[46]. Si elle semble convenir à un certain public, nous avons le sentiment que cette ligne éditoriale aura du mal à convaincre une plus large audience. Sur son site internet *Reputatio lab* [47], le chercheur Nicolas Vanderbiest a analysé les profils des personnes qui relayaient les publications de RT et de Sputnik pendant la campagne présidentielle. Cela confirme notre constat de départ : Russia Today s'adresse à une audience très spécifique. « *Les relais de la propagande russe sont principalement regroupés autour des communautés de Fillon, de Marine Le Pen et d'Asselineau. Il est intéressant de voir que malgré le soutien envers la*

[46] Charles Haquet, Emmanuel Paquette, Vincent Hugueux et Alla Chevelkina, « RT (ex-Russia Today), l'arme fatale de Poutine », l'Express, 23/01/2018

[47] http://www.reputatiolab.com/2017/04/quelle-est-linfluence-russe-sur-la-campagne-presidentielle-francaise/

Russie, Mélenchon ne semble pas être représenté dans les communautés. La plupart des personnes interagissant le font sous un pseudonyme (90 %) », écrit-il. Pour rivaliser avec les médias « traditionnels » qu'elle entend concurrencer, RT va devoir élargir son audience et dépasser ce socle conservateur, russophile particulièrement attiré par les sujets liés à la sécurité, à la contestation sociale, à l'immigration et à la décadence de l'Occident.

- Des articles faibles sur le fond et sur la forme

Malgré une stratégie numérique innovante qui fait les yeux doux à la jeunesse, il faut reconnaître que les publications du site de RT France sont faibles tant sur le fond que sur la forme. Sur le fond, le sensationnel est favorisé au détriment du qualitatif. « *RT manifeste un goût prononcé pour la contestation, y compris sociale, en Occident, en particulier lorsqu'elle fournit des images spectaculaires d'affrontements avec la police, de vitres brisées ou d'incendies, qui peuvent donner lieux à des best-of, des vidéos chocs. Ces images mettent l'accent sur les factures qui traversent les sociétés occidentale*s », écrivait le chercheur Maxime Audinet dans un article du Monde diplomatique[48]. Privilégier le sensationnel au détriment du qualitatif, c'est également ce qui ressort lorsque l'on analyse la chaîne Youtube de RT qui se vante pourtant de battre tous les records. Sur YouTube, les vidéos les plus populaires sont des images spectaculaires, à l'instar de celle montrant une météorite s'écrasant en Russie et vue plus de 30 millions de fois. Concernant les articles du site internet, ils ne sont jamais signés et paradoxalement, ils citent tout le temps des informations des médias dits « traditionnels » et incluent quelques vidéos d'amateurs et des tweets trouvés sur les réseaux sociaux. « *Les contenus proposés par ces médias sont relativement pauvres et relèvent d'un journalisme que l'on pourrait qualifier de basse intensité. La faiblesse du travail journalistique se contentant d'une mise en scène des contenus amateurs prospérant sur la Toile. Plus qu'un média pratiquant le journalisme à proprement parler, il s'agit en fait d'un outil social à la viralité active, recyclant les sources souvent satiriques produites par les amateurs qui circulent en*

[48] Voir note n°12

ligne. La popularité des réseaux sociaux font la force des contenus faibles », explique le chercheur russe Vassily Klimentov dans un article publié sur le site de l'INA global[49].
Les productions numériques de RT semblent faibles et la réflexion journalistique qui l'accompagne est superficielle. *"Il n'y a pas de discussion au sein de la rédaction et il est rare que les journalistes proposent un sujet.»,* explique un ancien salarié de RT dans un article de France Info TV. *"J'étais rédacteur correcteur. La première activité consistait à traduire en français les articles de Russia Today sur l'Ukraine et la Syrie. La rédaction en chef commençait juste à élaborer la ligne éditoriale pour la rédaction basée en France, quand je suis parti, en juin 2015 »,* pouvait-on lire.[50]

- Fake news

Le terme de fake news est beaucoup plus vaste et plus complexe qu'il n'y paraît. En théorie, RT se défend de faire des fake news mais en pratique la réalité est plus complexe. « *Fake news(...)est parfois traduite par "fausses informations" alors qu'il faudrait plutôt parler d'informations falsifiées, contrefaites ou forgées* (...) *le terme fake news est trop vague et ne permet pas de rendre compte du fait qu'une partie du problème vient aussi d'informations qui ne sont pas "fausse" à proprement parler. (...)Parfois, l'information n'est pas fausse mais simplement exagérée, ou biaisée, ou présentée de façon très émotionnelle comme peuvent le faire les tabloïds. L'information peut être manipulée de nombreuses manières, par la production, la diffusion et même la rétention d'informations. Tous les procédés n'impliquent pas une dichotomie entre le vrai et le faux. La plupart cherche simplement à produire un effet »,* peut-on lire dans le rapport de l'IRSEM (Institut de recherche stratégique de l'école militaire) et du CAST [51] (Centre d'analyse, de prévision et de stratégie).
Maintenant que nous avons saisi la subtilité de l'expression, plusieurs articles publiés sur le site de RT France nous semblent être des fake news. Par exemple, le 9 février 2017, la rédaction publie un article intitulé « *Quand internet a de la mémoire : Emmanuel*

[49] Voir n°28
[50] Anne Brigaudeau « Enquête. Russia Today ou comment la voix du Kremlin veut se faire entendre dans les médias français », francetvinfo.fr, 14/09/2016.
[51] Voir n°45

Macron est-il le candidat de SFR Presse et Altice ?[52]» « *Alors que les sondages donnent Emmanuel Macron comme l'un des favoris de l'élection présidentielle, des internautes s'interrogent sur les éventuelles connivences entre le candidat et certains médias, notamment ceux sous contrôle du groupe Altice»,* pouvait-on lire dans le chapô.

Point de départ de cet article : les suppositions d'internautes anonymes après la circulation d'une photo sur laquelle on voit Emmanuel et Brigitte Macron accompagnés de Christophe Barbier. Ni le ton, ni les preuves énoncées, ni l'argumentation ne font penser que nous sommes en train de lire un article journalistique. « *Pourquoi les utilisateurs qui relaient cette photo y voient-ils plus que les habituelles mondanités du microcosme parisien ? Pourquoi l'alors ministre de l'Economie de François Hollande a-t-il tenu à honorer de sa présence le lancement d'une nouvelle formule de l'hebdomadaire ? Quelques éléments de réponse, pris dans médias mainstream eux-mêmes, permettent de retracer les liens qui vont d'Emmanuel Macron à SFR Presse, groupe propriétaire, entre*



autres de Libération, *L'Express e*t BFM TV. *Si l'on ne se perd pas en chemi*n», peut-on lire dans l'article. Autre exemple en 2016, Emmanuel Macron, alors ministre de l'Economie était en voyage au Liban, RT a repris une information erronée du site *Le Vent se*

[52] https://francais.rt.com/france/33751-emmanuel-macron-candidat-altice-patrick-drahi

lève[53](également reprise par les Inrocks) selon laquelle « *l'Elysée aiderait discrètement Macron pour ses levées de fond à l'étranger* ». L'information n'a pas été recoupée, ni vérifiée et s'est révélée être totalement fausse. Autre rumeur racontée par le journaliste de *Checknews* Vincent Coquaz : « *Le même site (...) écrivait que"*WikiLeaks pourrait révéler des zones d'ombre concernant l'un des favoris de l'élection présidentielle*" (ce qui n'a finalement pas été le cas)* ». Ces exemples poussent certains spécialistes à dire que RT n'est pas vraiment un site journalistique mais s'inscrit plutôt dans le divertissement. « *En admettant que RT ne fait pas réellement dans le journalisme et que, de fait, son objectif est fondamentalement différent de celui d'informer sérieusement, la chaîne est passée maître dans l'art tendance de l'infotainment. Sa force est d'être à mi-chemin entre l'information et le show, de ne pas être liée par les codes du journalisme, de faire dans une forme d'événementiel, où qu'il s'agisse des débats ou des reportages, se mêlent jugement de valeur et information, l'objectif est de susciter le choc, de provoquer la controverse, et de finalement faire du divertissement* », écrivait Vassily Kilmentov.[54]

Si RT ne semble pas toujours être un site d'actualité fiable et qu'il publie parfois des articles basés uniquement sur des rumeurs, quelle légitimité accorder à son site de fact-checking lancé en mai 2017 et ironiquement baptisé « Fake check »[55] ? C'est la question que se sont posés Anastasia Valeeva et Alexios Mantzarlis, journalistes à Poynter dans un article intitulé « Is Russia Today a legitimate fact-checker ? We did the math ».[56] Les deux journalistes spécialisés dans le fact-checking expliquent les limites de *Fake Check. « Les conclusions des fact checking de RT sont souvent en phase avec l'agenda russe. L'ingérence russe dans les pays étrangers est démystifiée, le comportement des supporters russes de football est défendu, les conditions de vie des civils syriens étaient passées sous silence ». Les facts checking qui sont faites par des organisations partisanes ne sont pas des vrais fact checking. Le plus grand problème de ce fact-checking ce n'est pas son biais. Ce qui est inquiétant c'est qu'il mélange les vérifications de faits douteux parmi des vérifications légitimes, ce qui conduit à des démonstrations qui ne tiennent pas et à des conclusions pauvres »,* expliquent-ils. Dans la version française du site, la moitié des

[53] https://www.streetpress.com/sujet/1487166171-media-le-vent-se-leve
[54] Voir n°29
[55] https://fakecheck.rt.com
[56] Anastasia Valeeva et Alexios Mantzarlis, « Is Russia Today a legitimate fact-checker ? We did the math », Poynter, 27/7/2017

informations vérifiées concernent la Russie et RT. Ils expliquent en quoi les médias occidentaux se sont trompés et ont menti.

- Un traitement déséquilibré de la Russie

Si l'objectif de RT est de faire entendre la voix de la Russie, il faut souligner qu'il ne s'agit pas de n'importe quelle Russie. RT entend mettre en avant le point de vue russe sur les évènements internationaux, quitte à tendre parfois vers la mauvaise foi.

Prenons un exemple récent symptomatique de la manière dont RT France traite l'actualité russe. Le 13 septembre 2018, RT a publié une vidéo [57] dans laquelle Margarita Simonian, rédactrice en chef monde de RT interviewait Alexandre Petrov et Rouslan Bochirov, les deux hommes présentés comme les suspects de l'affaire Skripal. [58] Ils déclarent qu'ils sont venus à Salisbury en tant que « touristes » pour « découvrir la cathédrale » et « admirer son clocher ». Selon eux, la mauvaise météo et le « chaos dans les transports » provoqué par la neige les auraient poussés à reprendre un avion 48 heures après. Des explications qui paraissent peu crédibles et pourtant à aucun moment, la journaliste de Russia Today n'a contredit les propos des deux hommes contrairement à d'autres médias occidentaux tels que *Le Monde*.[59]



Capture d'écran de l'interview des deux suspects

[57] https://francais.rt.com/international/53904-suspects-affaire-skripal-se-confient-a-rt-interview-exclusive-complete

[58] Pour rappel, le 4 mars 2018, un ancien espion russe Sergueï Skripal était retrouvé inanimé avec sa fille sur un banc de Salisbury en Angleterre.

[59] Philippe Bernard, « Affaire Skripal : les suspects ruses nient tout, Londres dénonce des "mensonges" », Le Monde, 13/09/2018.

« *A Londres, le récit de l'équipée touristique des deux Russes a été accueilli avec un mélange d'humour et de colère.* " *Les mensonges et les inventions flagrantes exprimés dans cet entretien donné à une télévision d'Etat russe sont une insulte à l'intelligence du public, a* déclaré un porte-parole de Downing Street, qui confirme ses accusations. *(…)* " *Les commentateurs britanniques ironisent sur la «fiche Wikipédia » sur Salisbury récitée par ceux que Londres tient pour des espions »,* écrit le correspondant du journal Le Monde à Londres. Il raconte également les incohérences de leurs discours pointées du doigt par les médias britanniques. « *Le fait qu'ils prétendent être venus de Russie juste pour visiter la* "fabuleuse" *cathédrale du Wiltshire et aient repris l'avion pour Moscou au moment même où Sergueï Skripal et sa fille ont été découverts empoisonnés fait ricaner la presse. Le premier jour de leur présence à Salisbury, ils prétendent n'avoir pas pu aller visiter la cathédrale, qui est à quinze minutes de la gare, en raison de la neige, alors que les habitants sont allés normalement à leur travail ce jour-là. Ils se sont rendus en reconnaissance à la maison de Skripal, assurent les Britanniques. Le lendemain, une caméra de surveillance les a filmés non sur le chemin de la cathédrale, mais sur celui du domicile de l'ancien espion.* » Si l'article sous la publication de cette vidéo n'a pas été modifié le site RT France a bien tenu au courant son audience des révélations faites par le site d'investigation *Bellingcat* sans pour autant donner raison aux autorités britanniques et tort à Moscou.



Exemple d'articles concernant l'affaire Skripal sur le site de RT France

« *RT ressemble à s'y méprendre à certains médias de l'époque soviétique (...) La technique la plus simple, et la plus efficace assurément, étant toujours de refuser de discuter des problèmes russes, ou des pays alliés ou amis, en arguant que l'Occident est loin d'être irréprochable, perdant au passage tout sens de la mesure* », expliquait le chercheur Vassily Klimentov dans un article paru sur le site de l'INA. [60] Difficile donc d'avoir une information équilibrée sur la Russie. Cette mauvaise foi porte selon nous un coup à la crédibilité de Russia Today. Pour obtenir une information équilibrée sur la Russie il faudrait semble-t-il passer son chemin.

B) Quand la riposte s'organise

- La riposte de la France et de l'Union européenne.

RT répond toujours aux critiques de ses détracteurs, en face la démarche est la même. La France et l'Union européenne ont choisi de ne pas restées inactives faces aux accusations de RT. Emmanuel Macron est l'un des premiers à avoir critiqué les attaques du média russe à son égard. Devant un parterre de journalistes venus assister à sa rencontre avec Vladimir Poutine à Versailles le 6 juin 2017, le président français avait répondu à une question concernant l'interdiction d'accès aux journalistes russes à des évènements de sa campagne. « *Quand des organes de presse répandent des contre-vérités infamantes, ce ne sont plus des journalistes, ce sont des organes d'influence. Russia Today et Sputnik ont été des organes d'influence durant cette campagne qui ont à plusieurs reprises produit des contrevérités sur ma personne et ma campagne. Et donc j'ai considéré qu'ils n'avaient pas leur place, je vous le confirme, à mon quartier général* », avait déclaré le locataire de l'Elysée. [61] «(...)*Russia Today et Sputnik ne se sont pas comportés comme des organes de presse et des journalistes, mais ils se sont comportés comme des organes d'influence et de propagande mensongère, ni plus ni moins*», avait-il conclu. Il avait également annoncé avoir porté plainte contre X pour divulgation de fausses nouvelles,

[60] Voir n°17
[61] Marc de Boni, « Devant Poutine, Macron dénonce la " propagande" de médias prorusses », lefigaro.fr, 06/06/2017.

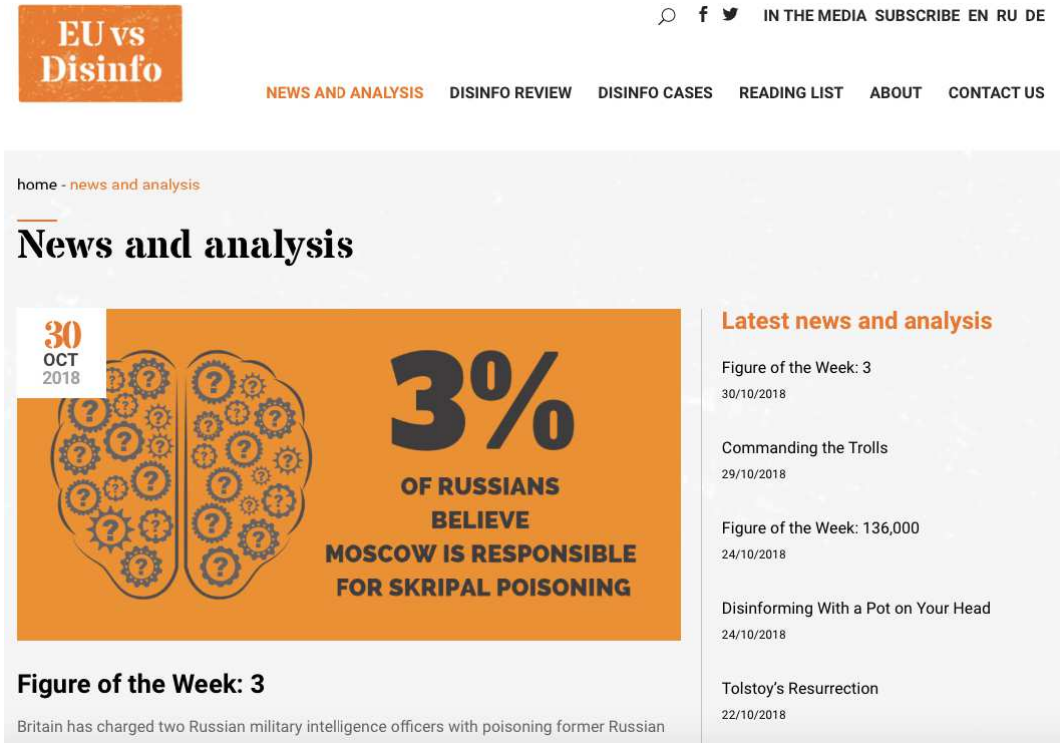
après une rumeur lancée par Marine Le Pen lors du débat du second tour de la présidentielle, selon laquelle Emmanuel Macron détiendrait des comptes aux Bahamas. Pour rappel, ces rumeurs ont été relayées par des réseaux proches de RT et Sputnik et non pas par les deux médias russes directement.

Deuxième acte de cette riposte : Emmanuel Macron a annoncé vouloir faire voter une « loi contre les fake news » le 3 janvier 2018. Ce projet de loi prévoit qu'en cas de suspicion de fake news, il sera possible de saisir la justice en urgence. Un juge devra alors se prononcer sur la véracité ou non de l'information en 48 heures maximum. Une loi particulièrement critiquée, parce que jugée « inutile », « dangereuse et liberticide ». Rappelons que le terme de fake news est assez complexe et la mise en œuvre de cette loi devra faire face à nombreux obstacles. Rejeté intégralement par le Sénat cet été, le projet de loi a été voté par l'Assemblée nationale en deuxième lecture en octobre dernier, il repart au Sénat avant l'ultime vote prévu dans quelques semaines. [62]

La riposte contre les Fake news se déroule également à Bruxelles. Depuis novembre 2015, l'union européenne a lancé le site « EUvsdisinfo.eu »[63] dont l'objectif est de « *répondre à la désinformation et de soutenir les médias russes indépendants* ». [64] Le site est géré par une dizaine de spécialistes de la communication et de russophones au sein du service diplomatique de l'UE. Dernièrement, il s'est penché sur le traitement de l'affaire Skripal par les médias russes. « *Le site (...) a fait une chronologie de tous les narratifs diffusés par les médias russes, parmi lesquels : une overdose de Fentanyl, la russophobie, une expérimentation britannique, un coup monté pour justifier les sanctions, une tentative d'influencer les élections russes, un coup monté pour justifier un boycott de la coupe du monde de football en Russie, un coup des Américains, puis de l'Ukraine, puis de la future belle-mère de Yulia Skripal, puis des Britanniques pour détourner l'attention de la pédophilie de masse dans le pays, Skripal trafiquait des armes chimiques, une toxine de l'OTAN etc ».* L'Ofcom [65] a annoncé avoir ouvert sept enquêtes concernant RT,

[62] Coline Vasquez, « Pourquoi la loi contre les fake news suscite une levée de boucliers », France TV Info, 08/06/2018, https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/facebook/pourquoi-la-loi-sur-les-fake-news-suscite-une-levee-de-boucliers_2792065.html
[63] https://euvsdisinfo.eu
[64] « L'UE crée une équipe pour contrer la propagande russe », JDD, 31/08/2015 ; https://www.lejdd.fr/International/UE/L-UE-cree-une-equipe-pour-contrer-la-propagande-russe-748927
[65] Ofcom est l'équivalent du CSA en Angleterre.

soupçonnée d'avoir manqué d'impartialité dans le traitement de l'affaire. [66] Des explications loufoques qui expliquent pourquoi 3% des Russes pensent que Moscou est coupable dans l'affaire Skripal, malgré l'ensemble des preuves publiées par le site d'investigation Bellingcat. [67]



- Quand Twitter et Facebook ripostent

L'une des forces de Russia Today est sa présence sur les réseaux et notamment sur Facebook et Twitter. Souvent accusés d'être passif dans la propagation de la propagande russe, les réseaux sociaux ont décidé de sanctionner les moindres écarts de conduite de Sputnik et de RT. Des sanctions qui pourraient se répéter et pénaliser plus fortement les médias russes sur le long terme. En janvier 2017, Facebook a interdit provisoirement pendant quelques jours à Russia Today de partager ses

[66] p 78 du rapport cité à la note n°43
[67] https://www.bellingcat.com/news/uk-and-europe/2018/10/08/second-skripal-poisoning-suspect-identified-as-dr-alexander-mishkin/

actualité[68]. La raison ? RT aurait été puni pour avoir piraté une diffusion en direct. Il était impossible pour le média russe de partager des statuts avec une mise en forme, impossible également de publier des directs, vidéos, articles, images animées sur facebook.



Twitter a lui aussi pris des mesures de rétorsion contre le média russe. Les services de renseignement américain ont accusé RT et Sputnik d'avoir tenté « *d'interférer avec l'élection américaine pour le compte du gouvernement russe* » en 2016. En réponse, Twitter a décidé de bloquer l'accès aux publicités pour RT et Sputnik en 2017[69]. Le réseau social a décidé de donner l'intégralité des gains réalisés grâce aux publicités achetées par RT depuis 2011 (soit 1.9 million de dollars) ,à des projets de recherche sur l'impact positif et citoyen de Twitter, notamment en matière de lutte contre la désinformation. Effet immédiat pour la rédaction française de RT qui n'avait plus accès aux publicités.

[68] Julien Lausson, « Facebook interdit provisoirement à RT de partager ses actualités », numerama, 19/01/2017.
[69] Corentin Durand, « Twitter bloque l'accès aux publicités pour RT et Sputnik, organes de presse du Kremlin », numerama, 26/10/2017

Conclusion :

En premier lieu, RT France, comme les antennes locales a une très bonne maîtrise d'internet. Si les audiences du site et des réseaux sociaux paraissent faibles comparées à celles d'autres sites d'actualité qu'il entend concurrencer, le média russe semble faire des efforts pour accroître son audience. Depuis le lancement de son site en 2015, il a mis en place plusieurs contenus innovants tels que la vidéo 360° ou encore un site dédié au fact-checking, ironiquement appelé «Fake Checking ». RT a parfaitement compris comment investir les réseaux sociaux et maîtrise très bien les codes de la culture web (gifs, viralité, autodérision), ce qui lui permet d'attirer de plus en plus de jeunes. En utilisant régulièrement l'autodérision, RT tente de se « dédiaboliser » et rompt avec l'image poussiéreuse d'un média de propagande aux ordres du Kremlin. Sur Facebook, Twitter et Instagram, le média russe semble à la traîne par rapport à ses concurrents mais se démarque clairement sur Périscope et sur Youtube où il bat tous les records. RT a multiplié les directs lors de manifestations et a même vu ses contenus repris par des médias dits « traditionnels », comme le 20 heures de TF1. RT France est simplement diffusé via Free box, ainsi en investissant des canaux de diffusion alternatifs tels que Periscope ou Youtube, il entend multiplier ses chances d'élargir son audience. Enfin, à l'heure où les Français sont de plus en plus méfiants envers les journalistes, RT France a utilisé internet pour conquérir cette audience lasse des médias « mainstream ». Le média russe s'est adressé directement à elle via des articles vantant sa singularité et critiquant ses détracteurs. Tous ces exemples nous amènent à dire que la stratégie numérique de RT est efficace mais seulement auprès d'une audience spécifique. En effet, RT a du succès auprès d'une certaine partie de la population plutôt conservatrice, russophile, méfiante envers les médias traditionnels et particulièrement attirée par les thèmes sécuritaires, l'immigration et les manifestations sociales.

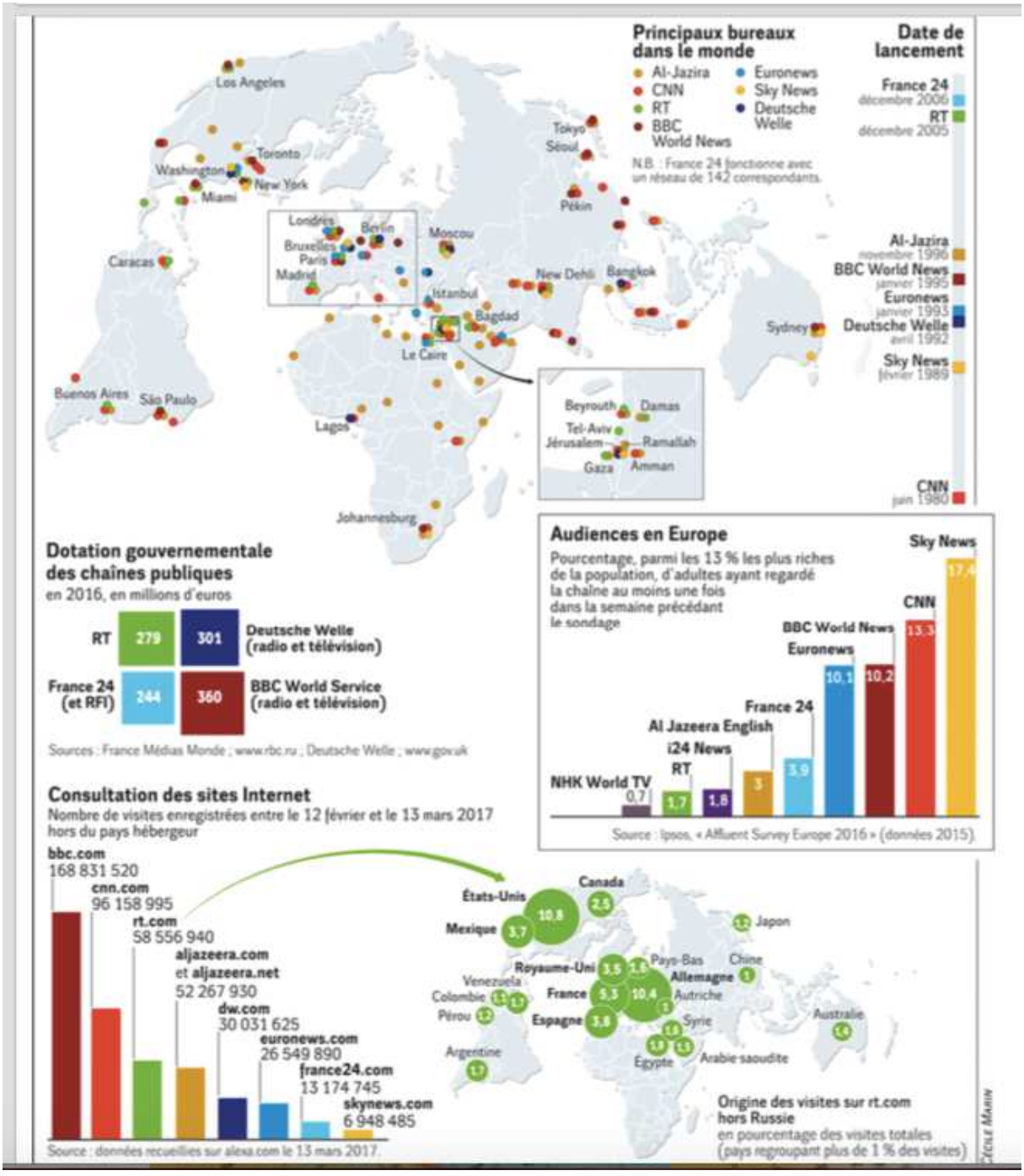
Nous émettons plus de doutes quant à la capacité de RT à élargir son audience et à rivaliser avec les médias dits « traditionnels » pour plusieurs raisons. En premier lieu, RT n'est pas diffusé sur autant de supports que les médias qu'il entend concurrencer. Seul Free diffuse le média russe et les audiences sur le réseaux sociaux restent plutôt faibles. Sur le fond, nous pensons que RT aura du mal à attirer les personnes qui cherchent à obtenir un panorama complet et équilibré de l'actualité et plus

généralement des individus en quête de rigueur et d'un travail journalistique de qualité. La plupart des articles font un résumé d'informations déjà publiées par les médias que RT critique. Le média russe n'apporte donc à nos yeux aucune plus-value journalistique. De surcroit, RT ne semble pas être un exemple en matière de sérieux et de rigueur. En publiant des fake news et des articles basés uniquement sur des rumeurs, RT a vu sa crédibilité amoindrie. Quand il s'agit de parler d'affaires dans lesquelles la Russie était impliquée, le média a dans certains cas fait preuve d'un traitement déséquilibré et d'une mauvaise foi malgré les preuves tangibles apportées par certains sites d'investigation (comme dans l'affaire Skripal par exemple). Toutes ces raisons poussent certains spécialistes à dire que RT n'est pas un média comme les autres, c'est un média de propagande, qui s'inscrit plutôt dans une démarche de divertissement. C'est en allant sur le terrain, en recoupant les informations et en fournissant des contenus équilibrés que le média russe gagnera en professionnalisme et en légitimité et élargira ainsi son audience. Il semblerait que RT France soit sur la bonne voie. La semaine dernière, lors de « l'itinérance mémorielle » effectuée par Emmanuel Macron pour commémorer le centenaire de la première guerre mondiale, le média russe s'est vu pour la première fois accrédité. Serait-ce le début d'une légitimité ? « Je suis assez favorable à ce qu'on fasse en effet tomber cet interdit, de fait les deux médias [RT et Sputnik] ont été accrédités le 11 novembre pour la première fois (...) on verra comment ils se comportent au fur et à mesure que les accréditations" leur seront données », a déclaré le président.

Annexes :

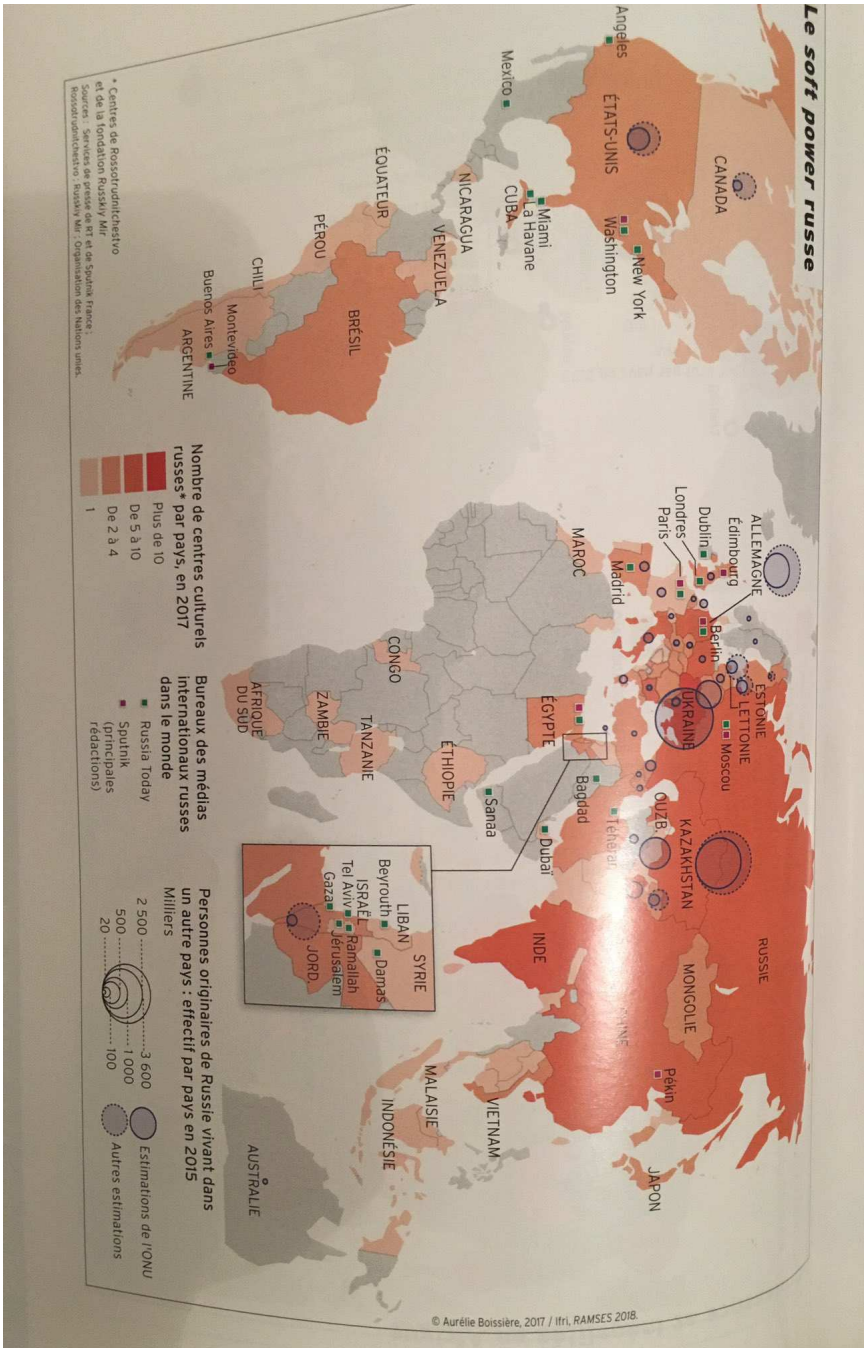
1- Carte des « Principales chaînes mondiales d'information en continu »

Réalisée par Cécile Marin. Cette carte accompagne l'article de Maxime Audinet intitulé « La voix de Moscou trouble le concert de l'information internationale » dans *Le Monde diplomatique* en avril 2017.



2- **Carte intitulée « Le soft power russe ».**

Source : Thierry de Monbrial, Dominique David, *Ramses 2018*. La guerre de l'information aura-t-elle lieu. DUNOD, septembre 2017, p 313



Entretien :

Interview téléphonique de Julien Nocetti menée le 18/10. Il est chercheur au centre Russie de l'Ifri et spécialiste de l'internet russe.

Est-ce que depuis le lancement du site de RT France vous avez observé des changements que ce soit dans le fond ou la forme?

Ils ont une capacité à s'adapter aux audiences locales et régionales. En Europe et c'est le cas effectivement en France, ils vont avoir un agenda marqué par la montée des tendances eurosceptiques. Ils vont se concentrer sur ce qui ne fonctionne pas : les problèmes de cohésion sociale, l'immigration en particulier.

Est-ce que vous avez l'impression que leurs publications sont un peu plus lisses et si je puis dire moins tournées vers le buzz qu'à leur lancement ?

D'une certaine façon oui parce que leur stratégie maintenant c'est de moins se focaliser sur une stratégie de buzz avec des publications plus vulgaires comme vous le disiez. Ils sont plus sur une tentative d'avoir leur propre contenu repris par des médias qu'ils appellent « mainstream » comme *Le Monde*, *Libé* etc Et surtout d'attirer des figures considérés comme Mainstream comme Taddei par exemple qui est une prise de guerre.

Pourquoi ce changement ?

Pour plusieurs raisons. En premier, ils savent très bien qu'ils étaient dans l'œil du cyclone après les propos de Macron devant Poutine à Versailles en juin 2017. Ils ont compris qu'il fallait maintenir un profil bas pendant quelque temps. Et après, il y a une vraie adaptation aux spécificités locales et le fait de « taper » parfois vulgairement sur certaines personnes, ils ont vu que ca ne fonctionnait pas. Ils ont rapidement compris ce qui rentrait dans leur intérêt.

Il s'est fait quand ce virage ?

Je pense qu'après la rencontre de Poutine et Macron à Versailles, il y a eu une forme d'introspection de leur part.

Est-ce qu'il y a qu'en France où un virage un peu plus sérieux a été pris, je veux dire par rapport aux publications dans d'autres pays de RT ?

Je serais tenté de vous répondre oui. Je m'interrogerais sur le cas de l'Allemagne. Le pays est très polarisé par la montée de diverses tendances populistes ou radicales. Ces derniers temps, RT n'a pas ajouté de l'huile sur le feu comme il a pu le faire, les années précédentes. Vous connaissez sûrement le case study de l'affaire Lisa, où RT a été très très critiqué en Allemagne. Après cette affaire, ils ont compris qu'ils devaient rester davantage en retrait, tout en exploitant les failles de nos sociétés.

Selon vous, l'audience de RT France c'est qui ?

Comme vous, je n'ai aucun chiffre. L'audience ça va être sans surprise, des personnes lasses du politiquement correcte, ou de ce qu'ils considèrent comme « mainstream », ou « inféodés aux oligarques français des médias ». Une partie de ce discours médiatique russe vise à nous dire que au fond les médias français sont aux mains d'oligarques, de très grands patrons qui ne défendent au fond que leurs propres intérêts commerciaux. C'est une manière de dire que nos critiques vis à vis de la Russie sont totalement injustifiées. L'audience elle est comment dirais je... si je devais la rattacher à des tendances politiques : ce serait les deux extrêmes qui se rejoignent. Extrême droite et extrême gauche. L'extrême droite se déplace petit à petit vers la droite classique. Parmi l'électorat de LR, vous avez une tendance à consulter des médias comme RT, qui remettent en cause le côté mainstream, politique et social.

Est-ce que c'est nouveau que RT cherche à séduire l'extrême gauche ? C'est un peu moins attendu non ?

Ca se base surtout sur l'antiaméricanisme d'une partie de l'extrême gauche. Ca va se jouer moins sur une adhésion à la politique de la Russie en tant que telle mais beaucoup

plus chez une frange minoritaire sur la nostalgie du communisme, mais surtout sur la dimension alternative : l'anti américanisme, le soutien aux opposants des Etats-Unis.

En terme d'âge qui regarde RT ?

Ce qui est surprenant c'est que moi, personnellement je n'ai jamais réussi à dégager de tranches d'âge spécifiques. Vous avez à la fois un public relativement jeune , éduqué via les outils numériques qui a du mal à hiérarchiser l'information. Pour lui une dépêche RT ou un reportage RT, ce sera la même chose qu'un papier du monde, du point ou de l'Express. Je caricature mais c'est un petit peu ça. De l'autre côté vous aurez des personnes un petit peu plus âgées, fatiguées du consensus qui va du centre droit au centre gauche.

J'ai remarqué qu'ils étaient très forts sur les réseaux sociaux. Qu'en pensez-vous ?

Je vous rejoins entièrement, ca me fait d'ailleurs penser à autre chose concernant la stratégie numérique de RT. Ils basent leurs publications sur une forme d'humour, sur le fait de présenter les choses sur un ton décalé. Je fais référence à une campagne de pub qu'ils avaient laissé dans le métro de New-York et Londres il y a un peu plus d'un an et demi. Ils avaient placardé des très grandes affiches sur lesquelles c'était écrit « Vous avez perdu l'élection, vous avez raté votre train ? C'est notre faute ! » C'est une façon de jouer sur les accusations portées envers ce média. C'est une façon de retourner les choses. Ils jouent beaucoup sur le côté sarcastique.

Ca marche l'humour ?

Je pense que ca peut plaire, surtout quand vous opposez à au sérieux des médias traditionnels. Il y a très peu d'humour dans les contenus papiers ou web. Ce contenu décalé peut attirer.

Quels sont points faibles et points forts de stratégie numérique de RT ?

Point faible : le fait d'être distant dans la communication à l'égard des experts ou spécialistes. Points forts..... Qu'est ce que je peux vous dire ? Tout simplement cette compréhension rapide de ne pas avoir fait de vague trop rapidement. De ne pas avoir surfé sur l'image qui était la leur pendant l'élection américaine et pendant la campagne française. D'avoir su rester en retrait tout en essayant d'attirer une audience et des journalistes mainstream. Tout ca demande à être validé d'ici 6 mois à un an.

Quand on dit RT on pense a Fake news ? Est ce que RT France a publié des fake news ?

Tout l'art de ces manipulations d'informations c'est de dire du vrai et du faux. Vous aurez très souvent une part de vrai, de vérité dans les infos diffusées. Si vous parlez de fake news à part entière, je n'ai pas d'exemple qui me vient immédiatement.

Est ce que c'est plus insidieux ?

Oui c'est plus subtil, vicieux. Il y aura très souvent une part de vérité, que ce soit en matière de sécurité intérieure ou sur d'autres dossiers par exemple dossier syrien. La plupart du temps : il y a une base de vérité et tout sera ensuite extrapolé, amplifié, déformé.

Au niveau des formats, j'ai vu qu'ils proposaient Fake Check, vidéo 360. Ils sont quand même précurseurs dans leur domaine non ?

Bien sûr, ca fait suite à une initiative juste après annexion Crimée, administration présidentielle russe qui s'était mis en tête de démystifier toutes les « manœuvres » et « opération d'influence contre la Russie ». RT a repris un peu ça et essaye de retourner à son avantage tout ce qui a été entrepris. Je pense au decodex (le fact checking du Monde). Ils sont habiles, ils jouent sur cette tendance de fact checking pour demystifier cette tendance et de la rendre tout à fait anodine.

Entre RT et Sputnik vous faites quelle différence ?

Chez Sputnik, on a un contenu encore plus outrancier. « Ce qui est amusant », c'est de voir que Sputnik est beaucoup moins bien considéré en Russie même, par les Russes. Il y a une hiérarchisation faite en interne. Pour un journaliste ce n'est vraiment pas flatteur de bosser pour Sputnik. C'est vraiment de la propagande, c'est du caniveau. Pour rappel les propos relayés par Sputnik pendant la campagne présidentielle française. C'est Sputnik et pas RT qui avait d'abord relayé les rumeurs sur Macron et le lobby gay.

Bibliographie :

Livre :

Thierry de Monbrial, Dominique David, Ramses 2018. La guerre de l'information aura-t-elle lieu. Edition DUNOD, septembre 2017

Article universitaire :

Kevin Limonier, Maxime Audinet, « La stratégie d'influence informationnelle et numérique de la Russie en Europe », *Hérodote* 2017/1 (N°164), p.123-144.DOI 10.3917/her.164.0123

Articles de presse:

Maxime Audinet, « La voix de Moscou trouble le concert de l'information internationale », *Le Monde diplomatique,* avril 2017, p 6 et 7

Vassily Klimentov, « RT, le soft power russe en images », INA Global, 03/07/2013

https://www.inaglobal.fr/television/article/rt-le-soft-power-russe-en-images

Françoise Daucé, « Quand les médias russes s'invitent dans la politique française », INA Global, 04/07/2017

https://www.inaglobal.fr/numerique/article/quand-les-medias-russes-s-invitent-dans-la-politique-francaise-9814

Anne Brigaudeau, « Enquête. Russia Today où comment la voix du Kremlin veut se faire entendre dans les médias français », Francetvinfo.fr, publié le 25/5/2016, mis à jour le 14/09/2016.

https://www.francetvinfo.fr/monde/russie/russia-today-ou-comment-la-voix-du-kremlin-veut-s-imposer-dans-les-medias-francais_1464259.html

Vincent Coquaz, « RT, le site prorusse financé par le Kremlin (mais qui n'aime pas qu'on le dise), *Libération,* 19/12/2016
https://www.liberation.fr/desintox/2016/12/19/rt-le-site-prorusse-finance-par-le-kremlin-mais-qui-n-aime-pas-qu-on-le-dise_1536287

Pauline Moullot, « Propagande prorusse sur Alep : qui est cette " journaliste indépendante" qui cartonne sur le Web ? *Libération*, 15/12/2016 https://www.liberation.fr/desintox/2016/12/15/propagande-prorusse-sur-alep-qui-est-cette-journaliste-independante-qui-cartonne-sur-le-web_15354

Jérôme Lefilliâtre, « La chaîne française de Russia Today... plutôt pour après demain ? » *Libération*, 18/10/2017 https://www.liberation.fr/futurs/2017/10/18/la-chaine-francaise-de-russia-today-plutot-pour-apres-demain_1603948

Dominique Albertini et Jérôme Lefilliâtre, « Russia Today, allo Paris, ici Moscou », *Libération,* 08/04/2016 https://www.liberation.fr/futurs/2016/04/08/russia-today-allo-paris-ici-moscou_1444970

Tiphaine Le Liboux, « Russia Today, porte-voix des intérêts russes », *Le Monde,* 14/03/2014 https://abonnes.lemonde.fr/europe/article/2014/03/14/la-chaine-russia-today-porte-voix-des-interets-russes_4381420_3214.html

Alexandre Piquard et Raphaëlle Bacqué, « Russia Today France : l'arme du "soft power" russe », *Le Monde,* 06/12/2017 https://abonnes.lemonde.fr/actualite-medias/article/2017/12/06/rt-france-la-voix-de-son-maitre_5225259_3236.html?

Olivier Clairouin, « Réseaux sociaux : la pente glissante de l'indignation permanente », *Le Monde*, 20/01/2018. https://abonnes.lemonde.fr/idees/article/2018/01/20/reseaux-sociaux-la-pente-glissante-de-l-indignation-permanente_5244472_3232.html

Philippe Bernard, « Affaire Skripal : les suspects ruses nient tout, Londres dénonce des "mensonges" », *Le Monde*, 13/09/2018. https://abonnes.lemonde.fr/europe/article/2018/09/13/affaire-skripal-les-deux-suspects-nient-toute-implication-londres-denonce-des-mensonges_5354692_3214.html

Marc de Boni, « Devant Poutine, Macron dénonce la " propagande" de médias prorusses », *lefigaro.fr,* 06/06/2017.

http://www.lefigaro.fr/politique/2017/05/29/01002-20170529ARTFIG00274-devant-poutine-macron-denonce-la-propagande-des-medias-pro-russes.php

Pierre de Gasquet, « Xenia Fedorova - la journaliste en guerre froide avec Macron », *les Echos*, 26/01/2018.
https://www.lesechos.fr/26/01/2018/LesEchosWeekEnd/00107-010-ECWE_xenia-fedorova---la-journaliste-en-guerre-froide-avec-macron.htm

Paul Géli, « Frédéric Taddeï rejoint Russia Today : "les injures, je m'en fiche" », *Le Parisien*, 18/07/2018.
http://www.leparisien.fr/culture-loisirs/tv/frederic-taddei-rejoint-russia-today-france-les-injures-je-m-en-fiche-18-07-2018-7825428.php

Anne Sogno, « Xenia Fedorova : "Osez questionner", c'est notre devise, c'est la mission principale de RT », *Télé Obs*, 16/12/2017
https://teleobs.nouvelobs.com/actualites/20171215.OBS9343/xenia-fedorova-osez-questionner-c-est-notre-devise-et-c-est-la-mission-principale-de-rt.htmlfa

Audrey Kucinskas, « Russia Today se lance en France : "Ce n'est pas une propagande grossière" *», L'Express*, 17/12/2017.
https://www.lexpress.fr/actualite/medias/russia-today-se-lance-en-france-ce-n-est-pas-une-propagande-grossiere_1968396.html

Charles Haquet, Emmanuel Paquette, Vincent Hugueux et Alla Chevelkina, « RT (ex-Russia Today), l'arme fatale de Poutine », *l'Express,* 23/01/2018

https://www.lexpress.fr/actualite/medias/desinformation-rt-ex-russia-today-l-arme-fatale-de-poutine_1977537.html 99

/2015/03/23/how-russia-today-is-using-youtube/?utm_term=.368529470903

Robert Orttung, Elizabeth Nelson, Anthony Livshen, « How Russia Today is using Youtube », *thewashingtpost.com*, 23/03/2015

https://www.liberation.fr/desintox/2016/12/15/propagande-prorusse-sur-alep-qui-est-cette-journaliste-independante-qui-cartonne-sur-le-web_15354

Coline Vasquez, « Pourquoi la loi contre les fake news suscite une levée de boucliers », *France TV Info,* 08/06/2018,
https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/facebook/pourquoi-la-loi-sur-les-fake-news-suscite-une-levee-de-boucliers_2792065.html

« L'UE crée une équipe pour contrer la propagande russe », *JDD,* 31/08/2015
https://www.lejdd.fr/International/UE/L-UE-cree-une-equipe-pour-contrer-la-propagande-russe-748927

Julien Lausson, « Facebook interdit provisoirement à RT de partager ses actualités », *Numerama*, 19/01/2017
https://www.numerama.com/politique/226098-facebook-interdit-provisoirement-a-rt-de-partager-ses-actualites.html

Corentin Durand, « Twitter bloque l'accès aux publicités pour RT et Sputnik, organes de presse du Kremlin », Numerama, 26/10/2017
https://www.numerama.com/politique/301190-twitter-bloque-lacces-aux-publicites-pour-rt-et-sputnik-organes-de-presse-du-kremlin.html

Max Fisher, « In case you weren't clear on Russia Today's relationship to Moscow, Putin clears it up », thewashingtonpost.com, 13/06/2013
https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2013/06/13/in-case-you-werent-clear-on-russia-todays-relationship-to-moscow-putin-clears-it-up/?utm_term=.c40c7f73aed0

Sophie Fitzpatrick, « What Media Compagnies can learn from Russia Today », *edgylabs.com,* 18/06/2018
https://edgylabs.com/rt-understands-how-political-young-people-are

Sophie Fitzpatrick, « How to Make your content go viral », *edgylabs.com*, 09/04/2018
https://edgylabs.com/how-to-make-your-content-go-viral

Hebdomadaire :

« Poutine vous mate : avec le lancement en France de la chaîne Russia Today, le président russe veut manipuler l'opinion », *Les Inrockuptibles,* édition du 20 septembre 2017

Documentaires et reportages télévisés :

Rola Tarsissi, « RT News, Sputnik TV : la voix de son maître ? », Complément d'Enquête, diffusé le 23 mars 2017 sur France 2.

Paul Moreira, « Guerre de l'info : au cœur de la machine russe », Premières lignes production, diffusé le 13 mars 2018 sur Arte.

Emissions de radio :

Christine Ockrent, « Russie : la propagande 2.0 », Affaires étrangères, France Culture, 14/10/2017

https://www.franceculture.fr/medias/la-chaine-rt-est-un-outil-de-propagande-de-l-etat-russe

Sonia Devillers, « Frédéric Taddeï », Russia Today et la liberté d'expression », L'instant M, France Inter, 21/09/2018

https://www.franceinter.fr/emissions/l-instant-m/l-instant-m-21-septembre-2018

Rapport :

B. Jeangène Vilmer, A. Escorcia, M. Guillaume, J. Herrera, *Les Manipulations de l'information : un défi pour nos démocraties*, rapport du Centre d'analyse, de prévision et de stratégie (CAPS) du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et de l'Institut de recherche stratégique de l'École militaire (IRSEM) du ministère des Armées, Paris, août 2018

Résumé :

Depuis sa création en 2005, RT s'est massivement développé à l'international. Le média russe est présent sur quatre continents et est diffusé en six langues différentes. RT promeut une vision alternative de l'information et veut faire entendre le point de vue russe dans le monde entier. Pour diffuser cette parole, RT utilise massivement internet et les réseaux sociaux. Sa stratégie numérique est particulièrement bien rodée mais elle se heurte à de nombreuses difficultés qui l'empêchent de rivaliser avec les sites des grands médias d'informations. Nous avons pris l'exemple de RT France pour analyser les succès et les échecs de sa stratégie numérique

Mots clés :

Russia Today

RT

Médias russes

Fake news