

LA STRATÉGIE D'INFLUENCE INFORMATIONNELLE ET NUMÉRIQUE DE LA RUSSIE EN EUROPE

Kevin Limonier, Maxime Audinet

La Découverte | « [Hérodote](#) »

2017/1 N° 164 | pages 123 à 144

ISSN 0338-487X

ISBN 9782707194480

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-herodote-2017-1-page-123.htm>

Pour citer cet article :

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

Distribution électronique Cairn.info pour La Découverte.

© La Découverte. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

La stratégie d'influence informationnelle et numérique de la Russie en Europe

Maxime Audinet¹ et Kevin Limonier²

Dans la nuit du 8 au 9 avril 2015, la chaîne francophone internationale TV5 Monde est victime d'une violente cyberattaque qui conduit à l'arrêt de la diffusion des programmes pendant plusieurs heures. Bien que cette cyberattaque ait été revendiquée par un groupe djihadiste baptisé « cybercalifat », l'enquête s'est rapidement orientée vers une piste russe³. Même s'il est techniquement impossible d'incriminer la Russie, cette attaque comporte des similitudes avec d'autres qui avaient auparavant été menées contre des ministères de la Défense de plusieurs pays d'Europe de l'Est, contre des opposants russes installés en Europe ou encore contre certains personnels de l'Otan⁴. De plus, des indices concordants laissent penser que la fuite de plus de 20 000 emails issus des serveurs de la Convention démocrate américaine (DNC) pendant la campagne présidentielle de 2016 aurait été perpétrée par ce même groupe, ou par un groupe utilisant les mêmes tactiques⁵ et, peut-être, les mêmes personnels.

1. Allocataire de recherche à l'université Paris Ouest-Nanterre-La Défense.

2. Maître de conférences à l'université Paris-VIII-Saint-Denis.

3. Les codes examinés par les enquêteurs auraient été tapés sur des claviers en cyrillique, à des moments correspondant aux heures ouvrées du fuseau horaire de Moscou et de Saint-Pétersbourg.

4. Voir Cooper Quintin, « New spear phishing campaign pretends to be EFF », Electronic Frontier Foundation, 27 août 2015. < www.eff.org. >

5. Le groupe ayant attaqué TV5 Monde serait APT28, également connu sous les noms de « Fancy Bear » ou « Tsar Team ». Il serait également à l'origine de la fuite des emails du Congrès démocrate américain. Selon le *Wall Street Journal*, des signatures similaires ont été retrouvées dans des entreprises du complexe militaro-industriel américain. Danny Yadron et Siobhan Gorman, « Hacking trail leads to Russia, experts say », *The Wall Street Journal*, 28 octobre 2014.

Outre certaines caractéristiques techniques communes, et une corrélation entre le choix des cibles et l'agenda stratégique russe⁶, toutes ces attaques se ressemblent par le type de dégâts qu'elles causent. Loin des cyberattaques menées en 2007 à l'encontre de l'Estonie ou, en 2008, de la Géorgie, les attaques telles que celles dont TV5 Monde ou le Congrès démocrate américain ont été victimes n'ont pas vocation à détruire ni à endommager la cible, mais bien à la déstabiliser en s'attaquant à son image et à sa crédibilité. Dans de tels cas, ce sont bien plus les répercussions médiatiques et politiques de telles attaques qui sont redoutables, plutôt que leurs conséquences techniques ou infrastructurelles.

Ces attaques se situent alors dans la lignée de certaines doctrines soviétiques telles que la *maskirovka* [Smith, 1988]⁷ ou les « mesures actives » [Mitrokhin, 2005]⁸ qui, pour atteindre leurs objectifs, préconisaient le recours à la désinformation afin d'influencer l'adversaire, l'induire en erreur et, éventuellement, le déstabiliser. Ainsi, s'il est impossible d'attribuer directement à la Russie la plupart de ces attaques, leurs répercussions participent manifestement à donner à ce pays une visibilité médiatique considérable, tout en lui permettant de peser dans les débats politiques internes de nombreux États tiers.

Ce « flou » informationnel induit par l'impossibilité de remonter jusqu'aux commanditaires – et donc de saisir dans le détail leurs intentions – est l'une des caractéristiques centrales de la doctrine cybernétique russe. Celle-ci, au contraire de ses équivalents occidentaux, ne se focalise pas sur les aspects techniques d'une lutte qui fut longtemps considérée à Washington ou Bruxelles comme un prolongement de la guerre électronique [Lewis, 2015]. Au contraire, elle considère ce que l'on appelle « cyberspace » en Europe et aux États-Unis comme un « espace informationnel » [Keir, 2012], c'est-à-dire un réseau numérique d'échange de données où le message, pour reprendre les mots de Marshall McLuhan, l'emporte sur le médium [McLuhan, 1993]. Par conséquent, les cyberattaques ne sont que l'une des multiples facettes d'un logiciel d'action qui embrasse tous les aspects du monde numérique – qu'il s'agisse d'offensives cybernétiques *stricto sensu*, d'opérations

6. L'attaque de TV5 Monde a eu lieu au moment où les relations franco-russes étaient marquées par l'abandon du contrat de vente de plusieurs bâtiments français de projection et de commandement de type Mistral à la Russie.

7. La *maskirovka* (camouflage en russe) désignait à l'époque soviétique un « ensemble de procédés destinés à induire en erreur, à confondre et à interférer dans la collecte de données exactes concernant les objectifs, forces et faiblesses des plans soviétiques » [Smith, 1988].

8. Les « mesures actives » (*aktivnye meroprijatija*) désignaient à l'époque soviétique les techniques de manipulation, désinformation, propagande ou de fabrication de faux. Elles furent aussi bien employées à l'étranger que sur le territoire soviétique, lorsqu'il s'agissait par exemple de calomnier et de discréditer un dissident tel que Sakharov ou Soljenitsyne.

de désinformation menées par des individus ou des organismes médiatiques sur les réseaux sociaux, ou encore de stratégies visant à tirer avantage de la structure de l'Internet par des opérations commerciales au profit de Moscou. En d'autres termes, il s'agit d'une véritable stratégie d'influence numérique en cela qu'elle se déploie sur la totalité du spectre couvert par cette activité consistant à échanger, diffuser et traiter des données sous forme de nombres associés *via* des terminaux (ordinateurs, smartphones...) et des réseaux (dont le plus important est Internet).

Proposé en juin 2016 par le Conseil de sécurité de la Fédération de Russie, le nouveau projet de « Doctrine de sécurité informationnelle », qui vise à actualiser la doctrine de 2000, admet d'ailleurs que les « technologies informationnelles » – médiatiques et cybernétiques – jouent un rôle fondamental dans la défense des intérêts stratégiques du pays, sur le territoire national comme à l'étranger. Ces intérêts consistent, entre autres, à fournir « à la communauté internationale [...] une information fiable sur les politiques publiques [du pays] et sur les positions de ses principaux dirigeants », ainsi qu'à « garantir la souveraineté de la Fédération de Russie dans le cyberspace »⁹.

Cet article se propose ainsi d'analyser les facettes les plus significatives de cette stratégie informationnelle et numérique, par des moyens médiatiques et cybernétiques, sur le continent européen, alors que celui-ci est soumis aux pressions et incertitudes induites par l'élection de Donald Trump à la présidence des États-Unis, par l'arrivée au pouvoir de « candidats prorusses » dans certains pays d'Europe de l'Est et, plus largement, par la montée des populismes dans les grands pays d'Europe occidentale. Il paraît ainsi opportun, au-delà des représentations dont ils font souvent l'objet dans les cercles politiques et médiatiques européens, de questionner les divers modes d'action de cette stratégie, que ce soit sous ses aspects institutionnels, médiatiques, mais aussi techniques et infrastructurels.

La diplomatie publique 2.0 de la Russie en Europe : le cas de RT et Sputnik

Amorcée au milieu des années 2000, à la suite de la « révolution orange », et renforcée depuis le début de la crise ukrainienne, la restructuration de la politique d'influence russe et de son potentiel de *soft power* inclut, en plus du renouvellement de sa diplomatie culturelle, la création d'un ensemble de trois médias publics à vocation internationale. Le réseau de télévision RT, appelé jusqu'en 2009 Russia Today, est créé en 2005. Lancé en 2007, le mensuel *Russia Beyond*

9. « Projet de doctrine de sécurité informationnelle », Conseil de sécurité de la Fédération de Russie, 24 juin 2016. Voir < www.scrf.gov.ru/documents/6/135.htm >

the Headlines (RBTH), parrainé par le quotidien gouvernemental *Rossijskaja Gazeta*, est un supplément distribué à vingt-quatre organes de presse dans le monde, dont près de la moitié en Europe. L'agence Sputnik, enfin, a été mise en place en novembre 2014, à la suite de la fusion de la radio La Voix de la Russie et de l'agence de presse RIA Novosti réalisée un an plus tôt pour former l'agence fédérale d'information *Rossija Segodnja*, dont Sputnik est la principale branche. Ces trois organisations ont développé des stratégies numériques parallèlement à l'élargissement de leurs canaux traditionnels : par la création de sites multilingues et par une forte présence sur les médias sociaux.

Ces réseaux d'information internationaux¹⁰ constituent les instruments médiatiques de la politique de *diplomatie publique* menée par le gouvernement russe. Le concept de diplomatie publique a été théorisé dans les années 1960 pour qualifier les activités de la United States Information Agency¹¹ [Cull, 2008], puis réactivé au milieu des années 2000 pour soutenir la politique de reconquête « des cœurs et des esprits » menée par l'administration Bush dans le monde arabe, consécutivement à la *War on Terror* [Lord, 2006]. La diplomatie publique est un processus par lequel un gouvernement communique directement avec une population étrangère pour promouvoir ses valeurs et ses intérêts et, *in fine*, pour conditionner l'agenda de ses dirigeants politiques [Cull, 2008 ; Nye, 2011]. L'une de ses subdivisions, la diplomatie publique médiatique (*mediated public diplomacy*), renvoie à l'utilisation des « communications de masse (y compris Internet) pour renforcer le soutien manifesté à l'égard de la politique étrangère d'un pays par des audiences situées au-delà de ses frontières nationales » [Entman, 2008, p. 88]. Le concept de *diplomatie digitale* désigne justement l'utilisation des technologies numériques, en particulier les médias sociaux, à des fins diplomatiques [Bjola et Holmes, 2015, p. 4]. Par nature interactifs, les médias sociaux ou « nouveaux médias » sont ainsi devenus des instruments privilégiés de la « nouvelle diplomatie publique » [Melissen, 2005] et permettent aux acteurs gouvernementaux d'engager un dialogue direct avec des publics étrangers.

En Russie postsoviétique, la diplomatie publique (*publičnaja diplomatija*) a été institutionnalisée par le « Concept de politique étrangère » de 2008, qui met en

10. On se réfère ici à la taxinomie des médias proposée par E. Gilboa dans son étude sur l'impact des médias dans les conflits. RT, Sputnik et RBTH s'inscrivent à l'échelon « international », en tant que « médias audiovisuels ou imprimés utilisés ou sponsorisés par des États et agissant au-delà de leurs frontières nationales » [Gilboa, 2009, p. 103].

11. L'USIA (1953-1999) est l'agence fédérale américaine qui coordonna les activités de diplomatie publique – médiatique (Voice of America) et culturelle (bourses Fulbright) – des États-Unis. Elle fut un instrument central de l'offensive idéologique américaine contre la politique d'influence soviétique pendant la guerre froide.

exergue sa composante « informationnelle » (*informatsionnij*): « En matière de diplomatie publique, la Russie va chercher [...] à développer ses propres moyens d'influence informationnelle vis-à-vis de l'opinion internationale, à garantir le renforcement de la position des médias de masse russes dans l'espace informationnel mondial en leur fournissant le soutien indispensable de l'État [...] et à prendre les mesures nécessaires pour répondre aux menaces informationnelles à sa souveraineté et sa sécurité. » L'actuel « Concept », rédigé en 2013, reprend, dans son article 41 consacré à la diplomatie publique, la même formulation, mais y ajoute que « les capacités des nouvelles technologies de l'information et de la communication seront largement utilisées » dans ce dessein¹².

Cette première partie étudie ainsi le versant « informationnel », médiatique et numérique, des efforts de diplomatie publique menés par la Russie contemporaine dans les pays de l'Union européenne. Nous nous appuyons sur le cas des deux principaux réseaux d'information audiovisuels et numériques internationaux développés par les autorités : RT et Sputnik.

Deux réseaux d'information internationaux et multilingues

Le groupe RT a été lancé en décembre 2005, à l'initiative de Mikhaïl Lesin, ancien ministre de la Communication de Vladimir Poutine. Son approche, alors essentiellement russocentrée, visait à donner une meilleure image de la Russie dans le monde par le biais de la première chaîne anglophone du pays, RT International. Une telle stratégie s'avère être un échec, comme l'a concédé depuis Margarita Simonian, rédactrice en chef du groupe depuis ses débuts¹³. Si bien qu'à partir de la guerre russo-géorgienne de 2008 la ligne éditoriale de RT prend un tournant plus offensif à l'égard des pays occidentaux et voit son budget comme ses audiences grimper en flèche : en 2016, RT draine 19 millions de roubles (270 millions d'euros, soit près d'un quart des fonds alloués par l'État aux médias publics¹⁴) et ses chaînes de télévision attirent, selon une étude publiée en mars 2016, 70 millions de spectateurs hebdomadaires dans le monde, dont plus de la moitié (36 millions) sont issus

12. Rédigés par le ministère des Affaires étrangères et ratifiés par le Kremlin, les « Concepts de politique étrangère de la Fédération de Russie » définissent les grandes orientations de politique extérieure menées par le pays. Les textes des Concepts du 15 juillet 2008 et du 12 février 2013 sont disponibles sur le site du MID : <http://archive.mid.ru>.

13. Interview de M. Simonian : « Lunch with the FT: Kremlin media star Margarita Simonian », *Financial Times*, 29 juillet 2016.

14. « Telekanal RT i agentstvo TASS polučat men'she deneg iz būdžeta, čem v prošlom godu » (La chaîne RT et l'agence TASS recevront moins de subventions que l'an dernier), *Vedomosti*, 8 octobre 2015.

des dix pays européens sondés (France, Allemagne, Royaume-Uni [RU], Irlande, Italie, Espagne, Russie, Pologne, Grèce, Turquie). Elle fait en cela partie des cinq réseaux de télévision internationaux les plus regardés en Occident¹⁵. Le public européen est en effet une cible prioritaire pour la chaîne russe. Cinq des six langues utilisées sur ses canaux télévisuels et numériques sont des langues européennes (anglais, russe, espagnol, allemand et français). Hormis la chaîne globale RT International, le site russophone RT na ruskom et les chaînes arabophone RT Arabic (concurrente d'Al-Jazeera, Al-Hurra et Al-Arabiya), hispanophone RT en español (active en Espagne mais principalement destinée aux publics latino-américains, comme le montre le graphique 1), et américaine RT America (dont le siège est à Washington), trois canaux ont été spécifiquement créés fin 2014 pour atteindre les audiences d'Europe de l'Ouest : la chaîne de télévision RT UK, installée à Londres, qui se focalise sur les actualités britanniques en reprenant certains programmes de RT International ; et les plateformes en ligne RT Deutsch – à Berlin – et RT France, qui dispose d'une double rédaction parisienne et moscovite.

L'agence Rossiya Segodnja et son service radiophonique et numérique Sputnik complètent le dispositif mis en place par l'État, qui les subventionne à hauteur de 6,7 milliards de roubles en 2016. Ils sont les héritiers institutionnels des deux organismes médiatiques internationaux de l'Union soviétique, l'agence Novosti et Radio Moscou. Entièrement destinés à des publics étrangers, les services radiophoniques de Sputnik sont, en 2016, disponibles dans trente-quatre pays. En outre, sur les trente-deux langues de travail de l'agence, dix font partie des langues officielles de l'UE¹⁶. Enfin, de même que RT, Sputnik emploie, pour renforcer sa crédibilité, de très nombreux journalistes, présentateurs ou commentateurs issus des pays ciblés, à Moscou comme dans ses rédactions à l'étranger¹⁷.

15. Le sondage a été commandé à la compagnie IPSOS par plusieurs grandes chaînes internationales (RT, CNN International, BBC World, Euronews, France 24, Al-Jazeera, Deutsche Welle, etc.) et réalisé dans trente-huit pays en Europe, au Moyen-Orient, en Afrique du Nord, en Océanie et sur le continent américain. Voir «RT has TV audience of 70 million weekly viewers in 38 countries – Ipsos», communiqué de presse, 10 mars 2016,

< <https://www.rt.com/about-us/press-releases/rt-largest-audience-europe> >.

16. Anglais, espagnol, français, allemand, italien, portugais, polonais, tchèque, letton et estonien. Les autres langues sont celles des pays issus de l'espace postsoviétique hors UE, du Moyen-Orient et d'Asie-Pacifique.

17. Entre autres : le principal présentateur des nouvelles sur RT International, Kevin Owen, est un citoyen britannique. Jasmin Kosubek, la présentatrice de l'émission phare de RT Deutsch hébergée sur YouTube, *Der Fehlende Part* («La pièce manquante»), est une journaliste allemande. Le rédacteur en chef de Sputnik Polska, Leonid Sigan, est polonais. Les chroniqueurs et commentateurs de Sputnik France, Sputnik Deutschland et Sputnik Italia sont enfin français, allemands et italiens.

Les audiences européennes constituent donc une cible prioritaire pour RT et Sputnik. Deux stratégies ont été mises en œuvre pour les atteindre et les influencer dans un marché de l'information saturé et concurrentiel : premièrement, la diversification de leurs canaux communicationnels par un recours massif aux outils digitaux et, deuxièmement, la diffusion d'un contenu éditorial qualifié d'« alternatif » à celui des médias *mainstream* européens.

Les stratégies numériques de RT et Sputnik

Depuis leurs lancements, RT et Sputnik ont fortement diversifié leurs canaux de communication sur Internet pour accroître leur portée. RT compte huit portails reliés au domaine *rt.com*, qui correspondent à ses six langues de travail et aux deux sites de la chaîne documentaire RT Doc. Sputnik a mis en place trente-deux sous-domaines reliés à son nom de domaine (NDD) *sputniknews.com* : les portails hispanophone (Sputnik Mundo), germanophone (Sputnik Deutschland), francophone (Sputnik France), italianophone (Sputnik Italia) et polonophone (Sputnik Polska) ont ainsi ouvert dans les trois mois suivant le lancement du site anglophone, Sputnik International, en novembre 2014.

Les deux réseaux jouissent d'une présence large sur les médias sociaux, adaptée aux pratiques numériques de leurs audiences par pays. Sputnik a ainsi ouvert de multiples comptes sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, SoundCloud, Pinterest, Weibo, Vkontakte, Telegram et Odnoklassniki. L'agence développe une stratégie agressive de référencement naturel (SEO), payant (SEA) et social (SMO) pour optimiser sa visibilité sur les moteurs de recherche et les médias sociaux. RT utilise résolument ces mêmes techniques de référencement et de visibilité sur les réseaux sociaux, en particulier sur YouTube : le groupe se revendique comme le premier réseau d'information sur la plateforme d'hébergement de vidéos, avec plus de 4 milliards de « vues » et 4,5 millions d'abonnés, toutes chaînes confondues. Point fort de RT, le partage de vidéos est coordonné par Ruptly, l'agence du groupe spécialisée dans la production ou le rachat de vidéos à la demande¹⁸. Ruptly est installée depuis avril 2013 au cœur de l'UE, à Berlin, siège de la branche européenne de RT International. L'agence se concentre principalement sur la couverture de conflits (Ukraine, Syrie, avec utilisation de drones), de mouvements de contestation (opposition à la loi El Khomri et Manif pour tous en France, mouvements Pegida en Allemagne et Black Lives Matter

18. Ruptly a lancé en février 2016 l'application pour smartphone Ruptly Stringer, qui permet à ses utilisateurs de filmer et de retransmettre en direct des événements (sur le modèle des applications Periscope et Facebook Livestream, également très utilisées par les équipes de RT).

aux États-Unis) ou de catastrophes naturelles. La stratégie numérique de RT a été récompensée en 2016 aux *Webby* et *Lovie Awards*, les deux plus grands prix américain et européen consacrés aux activités sur Internet¹⁹.

L'utilisation de la plateforme d'évaluation du trafic internet Alexa permet de saisir la portée de la stratégie de diplomatie numérique déployée par les deux médias publics²⁰. Au classement global des sites d'Alexa²¹, les NDD *rt.com* et *sputniknews.com*²² sont classés, au 12 novembre 2016, au 318^e et au 902^e rang des sites Internet les plus visités au monde, se révélant particulièrement compétitifs vis-à-vis de leurs concurrents directs. Les sites du service international de la BBC (*bbc.com*), de la Deutsche Welle (*dw.com*), d'Al-Jazeera International (*aljazeera.com*), de Voice of America (*voanews.com*), d'Euronews (*euronews.com*) et de France 24 (*france24.com*) se placent ainsi respectivement à la 101^e, à la 1 359^e, la 2 264^e, la 2 715^e, la 3 936^e et la 4 151^e place²³.

Dans le détail, les visiteurs issus des pays de l'UE constituent une partie importante des usagers des différents sites Internet de RT et Sputnik. Sur les vingt premiers pays de provenance des visiteurs de *rt.com*, cinq sont membres de l'UE, avec 8 % de visiteurs venant d'Allemagne (3^e place), 4,2 % de France (4^e), 3,7 % du RU (5^e), 3,3 % d'Espagne (8^e) et 1,2 % des Pays-Bas (19^e). *rt.com* est classé de la 135^e place dans le trafic Web allemand à la 245^e place dans le trafic britannique, soit un meilleur classement qu'au niveau mondial (figure 1).

Huit des vingt premiers pays d'origine des visiteurs de *sputniknews.com* sont membres de l'UE. Les visiteurs issus d'Allemagne et de France constituent ses deux premiers viviers, avec respectivement 14,1 % et 9,6 % de part d'audience. En outre, les trois sous-domaines anglophones, germanophone et francophone attirent à eux trois plus de la moitié (50,5 %) du nombre total de visiteurs des trente-deux sites Internet que compte Sputnik (tableau 1).

19. Voir < <http://webbyawards.com/winners/2016> > et < <http://winners.lovieawards.eu> >.

20. On s'inspire ici de la méthode utilisée dans un article de Sharon Wang et Hong [2011], portant sur les mutations de Voice of America et sa tentative d'actualisation de ses modes de diffusion à l'ère post-guerre froide.

21. Le classement (*traffic rank*) d'Alexa est calculé à partir de la combinaison du nombre moyen de visiteurs quotidiens du site Internet mesuré et du nombre de pages regardées sur ce site au cours des trois derniers mois.

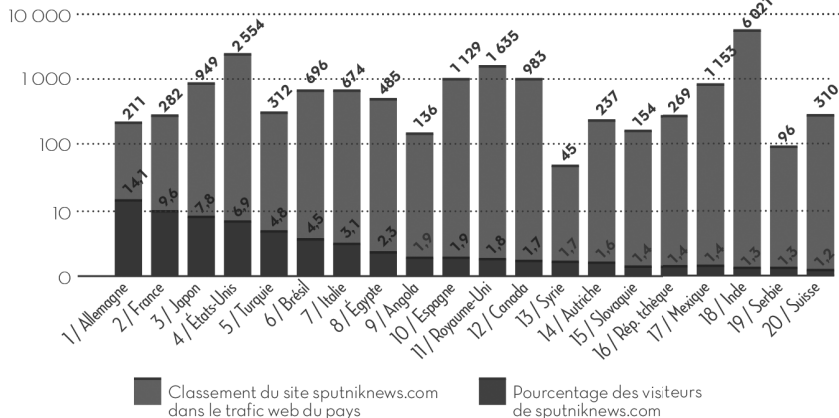
22. Ces deux noms de domaine incluent les sous-domaines correspondant aux différentes langues utilisées par les deux médias (tels que *deutsch.rt.com* pour le site de RT Deutsch ou *fr.sputniknews.com* pour le site de Sputnik France).

23. Placés à la 83^e et la 171^e places, les noms de domaine de CNN et de CCTV incluent également les sous-domaines liés aux chaînes nationales des deux groupes (65 % des audiences de CNN viennent des États-Unis, 98,5 % de celles de CCTV viennent de Chine) et ne sont donc pas comparables.

FIGURES 1 ET 2. – PART DES VISITEURS DU NDD SPUTNIKNEWS.COM ET RT.COM PAR PAYS (ENTRE LE 12 AOÛT ET LE 12 NOVEMBRE 2016) ET CLASSEMENT DANS LE TRAFIC WEB NATIONAL DES 20 PREMIERS PAYS

Part des visiteurs du NDD sputniknews.com par pays

entre le 12 août et le 12 novembre 2016, et classement dans le trafic web national des 20 premiers pays

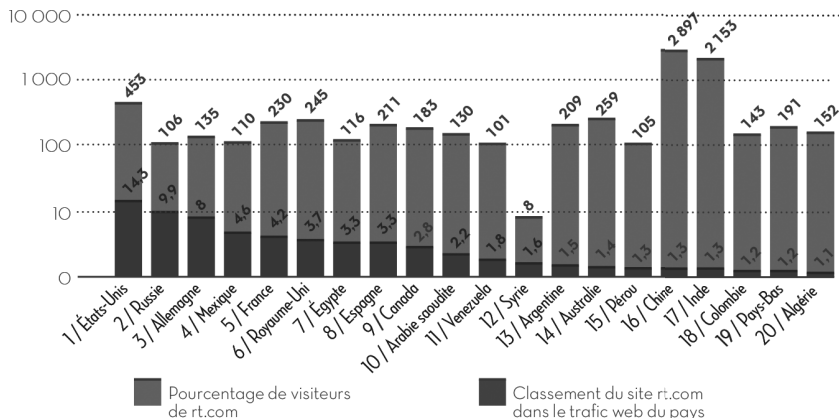


Source : réalisé à partir des données fournies par le *traffic rank d'Alexa* le 12 novembre 2016

Conception : Maxime Audinet, 2017

Part des visiteurs du NDD rt.com par pays

entre le 12 août et le 12 novembre 2016, et classement dans le trafic web national des 20 premiers pays



Source : réalisé à partir des données fournies par le *traffic rank d'Alexa* le 12 novembre 2016

Conception : Maxime Audinet, 2017

TABLEAU 1. – DESTINATION DES VISITEURS SUR LE NDD SPUTNIKNEWS.COM
(10 PREMIERS SOUS-DOMAINES, ENTRE LE 12 AOÛT ET LE 12 NOVEMBRE 2016).

Sous-domaines	Rédaction correspondante	Visiteurs
sputniknews.com	Sputnik International	21,58 %
de.sputniknews.com	Sputnik Deutschland	16,27 %
fr.sputniknews.com	Sputnik France	12,63 %
arabic.sputniknews.com	Sputnik Arabic	9,25 %
undo.sputniknews.com	Sputnik Mundo	7,95 %
jp.sputniknews.com	Sputnik 日本	7,32 %
tr.sputniknews.com	Sputnik Türkiye	6,80 %
br.sputniknews.com	Sputnik Brasil	6,49 %
it.sputniknews.com	Sputnik Italia	2,79 %
cz.sputniknews.com	Sputnik Česká republika	2,77 %

L'« alternatif » comme impératif éditorial et communicationnel

RT et Sputnik se présentent comme des médias alternatifs au *mainstream* politique et médiatique de « l'Occident », considéré comme une entité indifférenciée dominée par la puissance américaine, en particulier *via* l'Alliance atlantique. Lors d'une conférence organisée à Moscou en juin 2016 par Rossiya Segodnja et intitulée « Une nouvelle ère du journalisme : adieu au *mainstream* », le directeur Dmitri Kisselev expliquait que les médias russes s'inscrivaient dans une dynamique « *post-mainstream* », émancipée de la « vision du monde occidentale ». Cet impératif de couverture alternative est décliné tant à l'échelon global que national : d'une part, la mission de RT, selon V. Poutine, consiste à « briser le monopole des médias anglo-saxons dans le flux mondial de l'information²⁴ » ; d'autre part, les deux médias cherchent à s'imposer comme des canaux alternatifs au sein des sphères médiatiques nationales de leurs pays d'implantation.

Sur le front européen, cette logique alternative se déploie sous deux formes complémentaires.

La première consiste pour RT et Sputnik à promouvoir les principes géopolitiques et idéologiques du multilatéralisme, du souverainisme et du conservatisme,

24. Visite de V. Poutine à RT, 11 juin 2013. Voir < www.kremlin.ru/events/president/news/18319 >.

que les élites dirigeantes russes conçoivent comme un corpus alternatif aux valeurs attribuées à l'« *establishment* » occidental : unilatéralisme, globalisme et/ou supranationalisme, libéralisme (politique et social). Sputnik indique ainsi vouloir montrer « la voie d'un monde multipolaire qui respecte les intérêts nationaux, la culture, l'histoire et les traditions de chaque pays²⁵ ». La critique d'un ordre unilatéral dominé par les États-Unis est un thème récurrent des canaux européens de RT et Sputnik. Elle prend, en particulier, la forme d'une dénonciation de l'engagement atlantiste des gouvernements européens dans l'Otan et de son interventionnisme dans l'espace postsoviétique. Ces critiques sont émises par des intervenants tels que l'ex-député européen Giulietto Chiesa sur Sputnik Italia, l'ex-secrétaire d'État à la Défense du chancelier Kohl, Willy Wimmer, sur les canaux allemands des deux médias, ou encore l'ex-député britannique du parti d'extrême gauche Respect Party George Galloway, présentateur d'une émission sur RT UK. Les chroniqueurs des deux médias sont de sensibilité souverainiste, eurosceptique et/ou anti-atlantiste, conservatrice et/ou antilibérale²⁶. Malgré leurs différences, la majorité des personnalités politiques interrogées par RT France se rejoignent sur cette ligne souverainiste : Jean-Pierre Chevènement, Jean-Frédéric Poisson, Thierry Mariani, Nicolas Dupont-Aignan, Florian Philippot, ou encore Marine Le Pen²⁷, dont les discours sont systématiquement rapportés par Sputnik. En France, ce choix éditorial est à l'origine de la représentation répandue des médias russes comme favorisant la ligne du Front national²⁸. Au Royaume-Uni, un rapport soumis au Parlement en mars 2016 révélait la surreprésentation des députés européens issus du parti souverainiste UKIP dans les interviews réalisées par RT UK et Sputnik pendant la campagne du Brexit²⁹. Strukov (2016) montre enfin que RT et Sputnik, en particulier *via* l'activité numérique de leur rédactrice en chef M. Simonian, sont devenus les principaux médiateurs du « conservatisme digital » promu par l'État russe.

L'autre versant de cette logique alternative consiste pour RT et Sputnik à adopter un positionnement orienté, sélectif et relativiste, qui vise à mettre en question l'univocité des représentations véhiculées par les médias *mainstream* occidentaux ;

25. Voir < https://fr.sputniknews.com/docs/about/qui_sommes_nous.html >.

26. L'économiste Jacques Sapir, qui tient une chronique régulière sur Sputnik France, intervient dans les colonnes de RT France au côté de John Laughland, directeur d'études d'un *think tank* russe installé à Paris, ou d'Yves de Kerdrel, directeur de la rédaction de l'hebdomadaire conservateur *Valeurs actuelles*. Voir < <https://francais.rt.com/opinions/auteurs> >.

27. Voir < <https://francais.rt.com/entretiens> >.

28. Voir, entre autres, l'enquête d'*Arrêt sur images*, « Pourquoi les médias russes raffolent de l'extrême droite ? », 10 juin 2016.

29. B. Nimmo, J. Eyal, « Russia's information warfare – airbrushing reality », mars 2016. Disponible sur < <http://www.data.parliament.uk> >.

en témoignent leurs devises respectives : *Question more* et *Tell the untold*. Cette posture communicationnelle se traduit parfois par un recours à des théories du complot, utilisées comme instruments de diplomatie publique pour influencer les publics européens – en particulier sur des événements d’importance stratégique pour la Russie – et délégitimer la politique étrangère des gouvernements occidentaux [Yablokov, 2015]. Les audiences de RT et Sputnik reçoivent ainsi des messages discordants et contradictoires, susceptibles d’instaurer le doute dans l’opinion et de « remettre en cause la notion même de vérité » [Strukov, 2016, p. 199]. Du reste, cette approche est assumée par M. Simonian, qui déclarait dans un entretien au *Spiegel* : « Avez-vous déjà vu beaucoup d’exemples de couverture objective ? [...] Il n’y a pas d’objectivité, il y a autant d’approximations de la vérité qu’il y a de voix possibles³⁰. »

Gouvernance du Web, souveraineté numérique et contrôle des données

En parallèle des aspects médiatiques et strictement orientés vers la diffusion de messages, la stratégie numérique russe à l’égard de l’Europe se distingue par sa propension à tirer parti de la situation particulière de l’UE dans le cyberspace mondial. En effet, cette dernière se distingue des deux autres principales super-puissances économiques que sont les États-Unis et la Chine par le fait qu’elle ne dispose de pratiquement aucune grande plateforme d’intermédiation qui lui soit propre. Autrement dit, il n’existe en Europe aucun grand service digital servant d’intermédiaire entre l’utilisateur et le réseau (moteurs de recherche, réseaux sociaux, plateformes d’achat...) qui ait été développé ou qui soit entièrement installé dans un État membre de l’UE.

À l’exception notable du site de covoiturage Blablacar et de quelques services populaires à l’échelle nationale (comme Leboncoin en France ou le moteur de recherche Seznam en République tchèque), le marché européen des plateformes d’intermédiation que nous utilisons quotidiennement est ainsi largement dominé – sinon monopolisé – par des acteurs installés outre-Atlantique. Qu’il s’agisse de Google, Facebook, Amazon ou même Apple (les fameux GAFÀ), ces plateformes n’ont aucun concurrent crédible à l’échelle de l’UE. Outre l’aspect économique d’une telle situation, celle-ci pose la question cruciale du contrôle et du devenir des millions de gigabytes produits chaque jour par les Européens lorsque ceux-ci utilisent les moteurs de recherche, les réseaux sociaux, ou tout autre service

30. « Russia Today’s Editor-in-Chief: “The West never got over cold war stereotype” », *Der Spiegel*, 13 août 2013.

numérique ayant recours à un algorithme pour mettre en rapport l'offre et la demande (services de taxis, applications de rencontre, etc.). En effet, malgré quelques timides avancées³¹, l'Europe est contrainte à un rapport de force qui ne lui est pas favorable. Les données des Européens échappent en grande partie à la législation de l'Union ou de ses États membres en cela qu'elles sont la propriété des grands groupes américains.

Or ces données récoltées constituent une ressource stratégique de premier plan, en cela qu'elles permettent de nourrir et d'affiner de puissants algorithmes développés dans la Silicon Valley afin d'optimiser le ciblage publicitaire et même de prévoir le comportement des consommateurs. La situation quasi monopolistique dont bénéficient les GAFAs en Europe pose alors un problème de souveraineté numérique que dénonce un nombre grandissant de responsables politiques européens³². Ceux-ci n'hésitent pas à comparer la relation transatlantique dans le domaine de la gouvernance des données à celle des économies coloniales³³, où la matière première (ici, la donnée brute produite par les utilisateurs européens) était exportée des colonies vers la métropole pour y être transformée en produit fini (algorithme de ciblage publicitaire) ensuite revendu à prix d'or dans ces mêmes colonies.

La Russie a su devenir un acteur majeur de ce débat à la faveur de l'affaire Snowden, qui révéla l'existence d'un vaste système de cybersurveillance organisé par les États-Unis grâce à divers accords passés par les GAFAs avec le gouvernement américain. Grâce aux révélations de cet ancien consultant de la NSA désormais réfugié à Moscou, la Russie a bénéficié d'une formidable caisse de résonance pour faire valoir ses positions qui, depuis des années, condamnent fermement l'« hégémonie » exercée par les États-Unis sur la gouvernance d'Internet, et donc le contrôle des données produites par la population mondiale. Or le discours russe de contestation de cette « hégémonie » a été bâti en écho à l'un des grands thèmes de la diplomatie russe, à savoir le respect de la souveraineté étatique comme norme suprême de la vie internationale. Cet argument, notamment développé au moment des guerres de Yougoslavie et de l'émergence du droit d'ingérence humanitaire (largement contesté par la Russie), est devenu le pilier d'une diplomatie russe qui s'attache à dénoncer les positions occidentales sur des dossiers tels que ceux du Kosovo, ou plus récemment de la Syrie. Dans les affaires cybernétiques, on retrouve

31. En octobre 2015, la Cour de justice de l'UE a ainsi invalidé l'accord dit de « safe harbor », qui autorisait des entreprises américaines à transférer les données personnelles de ressortissants de l'Espace économique européen vers les États-Unis.

32. Notamment le vice-chancelier Sigmar Gabriel, ou encore l'ancien ministre français Arnaud Montebourg.

33. Rapport d'information n° 443 (2012-2013) de Mme Catherine Morin-Desailly, fait au nom de la commission des Affaires européennes, déposé le 20 mars 2013.

cette position sur nombre de dossiers. Par exemple, le gouvernement russe a longtemps contesté le fait que l'ICANN³⁴, l'organisme qui gère les noms de domaine au niveau mondial, ait été jusqu'en 2016 une structure de droit californien³⁵. La Russie, soutenue par des pays comme la Chine, l'Ouzbékistan ou l'Iran, s'est fait le porte-voix d'un transfert des compétences stratégiques de l'ICANN vers les Nations unies, ce à quoi les Américains et leurs alliés ont rétorqué qu'un plus grand contrôle laissé aux États favoriserait le développement généralisé de la censure sur Internet.

Le gouvernement russe a certes grandement profité de l'occasion d'accueillir Snowden dans sa fuite afin de s'afficher comme son protecteur. Mais la diplomatie russe a surtout saisi l'occasion offerte par cette affaire pour s'afficher comme véritable antimodèle face aux Américains, dont les arguments se sont trouvés entachés par les révélations de l'ancien consultant de la NSA. Ainsi, de nombreux dispositifs législatifs ont depuis été mis en place par la Douma afin de limiter un éventuel contrôle étranger sur les données des citoyens russes, de même que pour mieux surveiller les activités « terroristes » sur Internet³⁶. Une loi de 2014 oblige en effet les sites Internet à héberger les données des citoyens russes sur le territoire de la Fédération. Condamnée par des acteurs tels que Facebook ou Google et ayant conduit au blocage du site LinkedIn par le gouvernement, cette loi constitue une mesure particulièrement radicale qui inspire nombre de partis populistes européens favorables à Moscou, parmi lesquels le Front national³⁷. Plus largement, la défiance croissante des opinions publiques européennes à l'égard de la mondialisation libérale et du rôle qu'y tiennent les États-Unis, de même que la situation de monopole qu'exercent les GAFAM en Europe jouent un rôle de catalyseur pour les prises de position russes sur la question de la souveraineté numérique. Or, en apparaissant comme défenseur des « libertés numériques » face aux États-Unis, la Russie étend également sa sphère d'influence dans le cyberspace européen – grâce notamment aux spécificités de son économie digitale qui, au contraire de l'Europe, échappe largement au contrôle des grands groupes américains.

34. Internet Corporation for Assigned Names and Numbers.

35. Une réforme de l'ICANN est en cours, qui vise à l'abandon de la tutelle américaine mais donnerait davantage le contrôle de cette organisation aux acteurs privés qu'aux États.

36. C'est notamment le cas des lois dites « Yarovaya » qui, votées par la Douma en 2016, étendent les compétences des autorités afin de poursuivre toute personne ou groupe accusé de faire en ligne l'« apologie du terrorisme ».

37. Le programme du Front national pour les élections européennes de 2014 avait ainsi fait la part belle aux questions numériques en insistant sur l'« espionnage américain » révélé par Snowden et en proclamant « oui à la défense de nos libertés ». Source : version cache du site <http://www.fn-europeennes.fr/>

Cartographier la sphère d'influence numérique de la Russie en Europe

En effet, les législations adoptées par la Douma pour accroître le contrôle de la Russie sur son cyberspace reposent d'abord sur le fait que le pays dispose de ses propres GAFAs, qui y occupent une situation comparable à celle des géants américains en Europe. Pour des raisons ayant trait à l'histoire du développement d'Internet dans le pays [Limonier, 2014], les Russes privilégient largement les plateformes nationales telles que Yandex, Vkontakte ou Mail. ru au détriment de leurs équivalents américains Google, Facebook ou même Amazon. Cette spécificité est d'ailleurs rapidement devenue l'apanage non seulement de la Russie, mais aussi de l'ancienne Union soviétique dans son ensemble, à l'exception notable des pays baltes. Ainsi, de l'Ouzbékistan à l'Ukraine en passant par la Biélorussie, la Russie dispose d'une véritable sphère d'influence dans le cyberspace, au sein de laquelle Moscou joue un rôle techniquement équivalent à celui des États-Unis en Europe : les données produites par les utilisateurs de l'espace postsoviétique convergent vers des serveurs situés sur le territoire de la Fédération, alors que les liens de plus en plus étroits qu'entretiennent ces groupes avec le pouvoir rendent plus aisées des écoutes massives qui deviennent éventuellement une monnaie d'échange avec des gouvernements autoritaires souhaitant surveiller certaines activités. En outre, la mainmise de plateformes russes telles que Vkontakte (VK) dans l'espace postsoviétique peuvent favoriser, grâce aux algorithmes et aux politiques de ces plateformes, la diffusion des valeurs et des discours qui caractérisent actuellement la vie politique et intellectuelle russe. La chose est d'autant plus probable qu'en 2014 le fondateur de VK Pavel Dourov, qui s'était prononcé contre toute ingérence gouvernementale sur son réseau, a été évincé de sa propre compagnie au terme de plusieurs années de lutte contre le pouvoir. Rachetée en septembre 2014 par Alisher Ousmanov, VK a dès lors rejoint les autres groupes du Web russe détenus par cet oligarque proche du pouvoir et considéré comme un fervent partisan de la politique de Vladimir Poutine.

Or, depuis quelque temps déjà, des groupes tels que VK et, dans une moindre mesure, Yandex gagnent du terrain en Europe. Initialement utilisés par les russophones des pays d'Europe orientale, ces services connaissent actuellement, comme le montre la carte ci-après, un développement intéressant au-delà de la population pratiquant le russe, comme dans les Pays-Bas (où Yandex est le 7^e site le plus consulté dans le pays) ou en Turquie³⁸. Encore timides, ces succès pourraient s'amplifier dans les années à venir pour plusieurs raisons : d'une part,

38. Le cas de l'Allemagne est quant à lui particulier puisque le pays compte une importante diaspora russophone.

CARTE 1. – LES GAFA RussES EN EUROPE



Hérodote, n° 164, La Découverte, 1^{er} trimestre 2017.

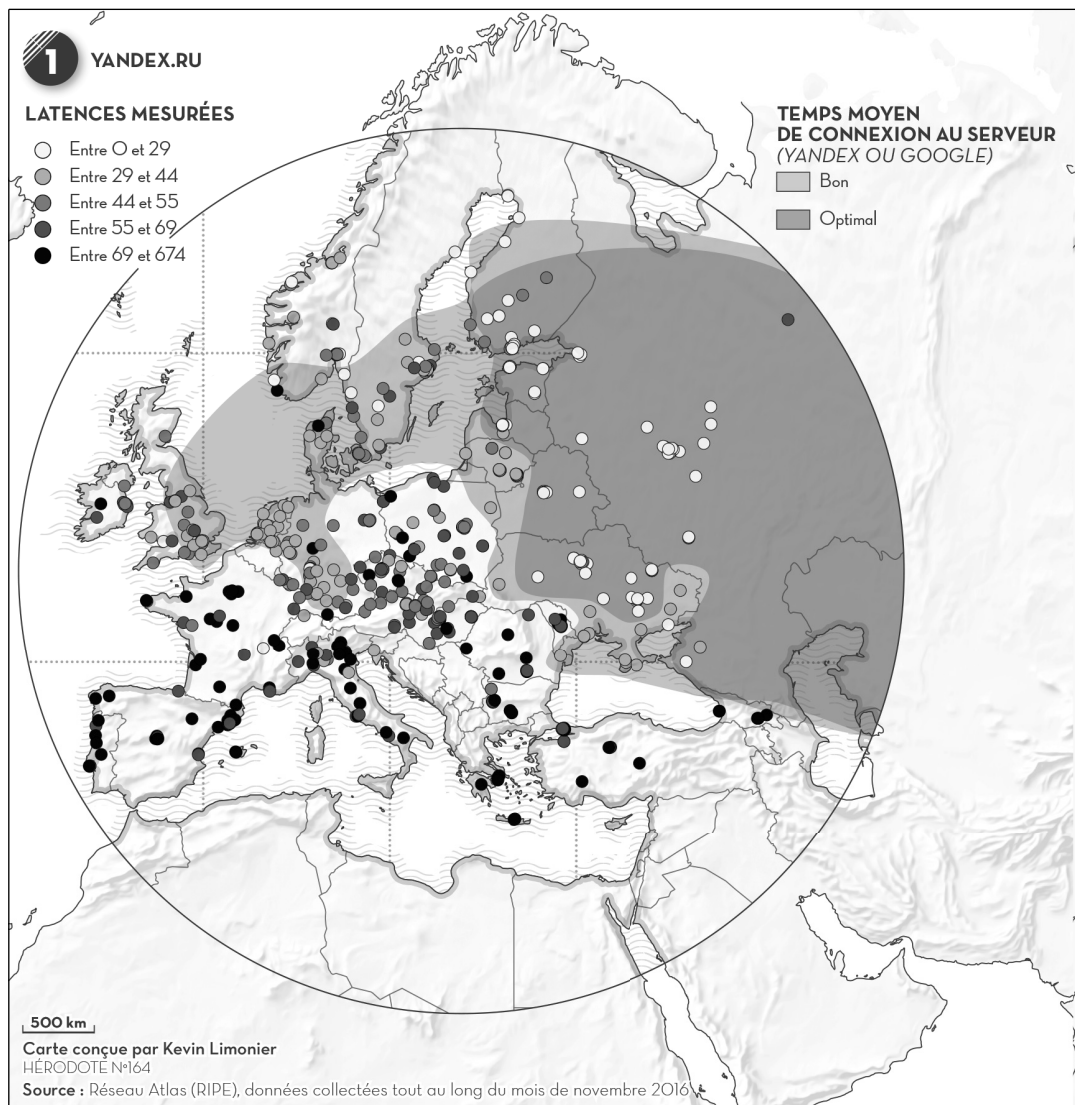
les plateformes russes gagnent de l'audience en misant sur des services absents chez leurs concurrents, comme par exemple la possibilité de lire des séries en streaming sur VK, ou de transférer de l'argent sur Yandex. D'autre part, les plateformes apparaissent comme des solutions alternatives à l'hégémonie des GAFAs, alors que Yandex a depuis quelque temps déjà entrepris diverses actions en justice contre Google en l'accusant d'abus de position dominante. En outre, le moteur de recherche russe s'est lancé en Turquie dans une vaste campagne d'expérimentation pour étendre son influence au-delà de l'espace russophone. Yandex est ainsi aujourd'hui en bonne position dans le pays, grâce notamment à une politique publicitaire agressive³⁹ ainsi qu'à la faveur de services adaptés au marché turc. Outre ces politiques agressives de conquête de nouveaux utilisateurs, les plateformes russes tirent également parti de la géographie du réseau Internet en Europe, et plus largement de la situation du continent dans la structure mondiale du cyberspace.

La carte 2 présente les temps de latence moyens pour des données envoyées respectivement vers les serveurs de Google et ceux de Yandex depuis des sondes du réseau Atlas⁴⁰. Par latence, on entend ici le temps que met un signal (paquet de données) à parcourir la distance qui sépare la machine émettrice du récepteur. Sur cette carte, chaque point représente donc une sonde ayant émis un signal à destination des serveurs de Google et de Yandex.

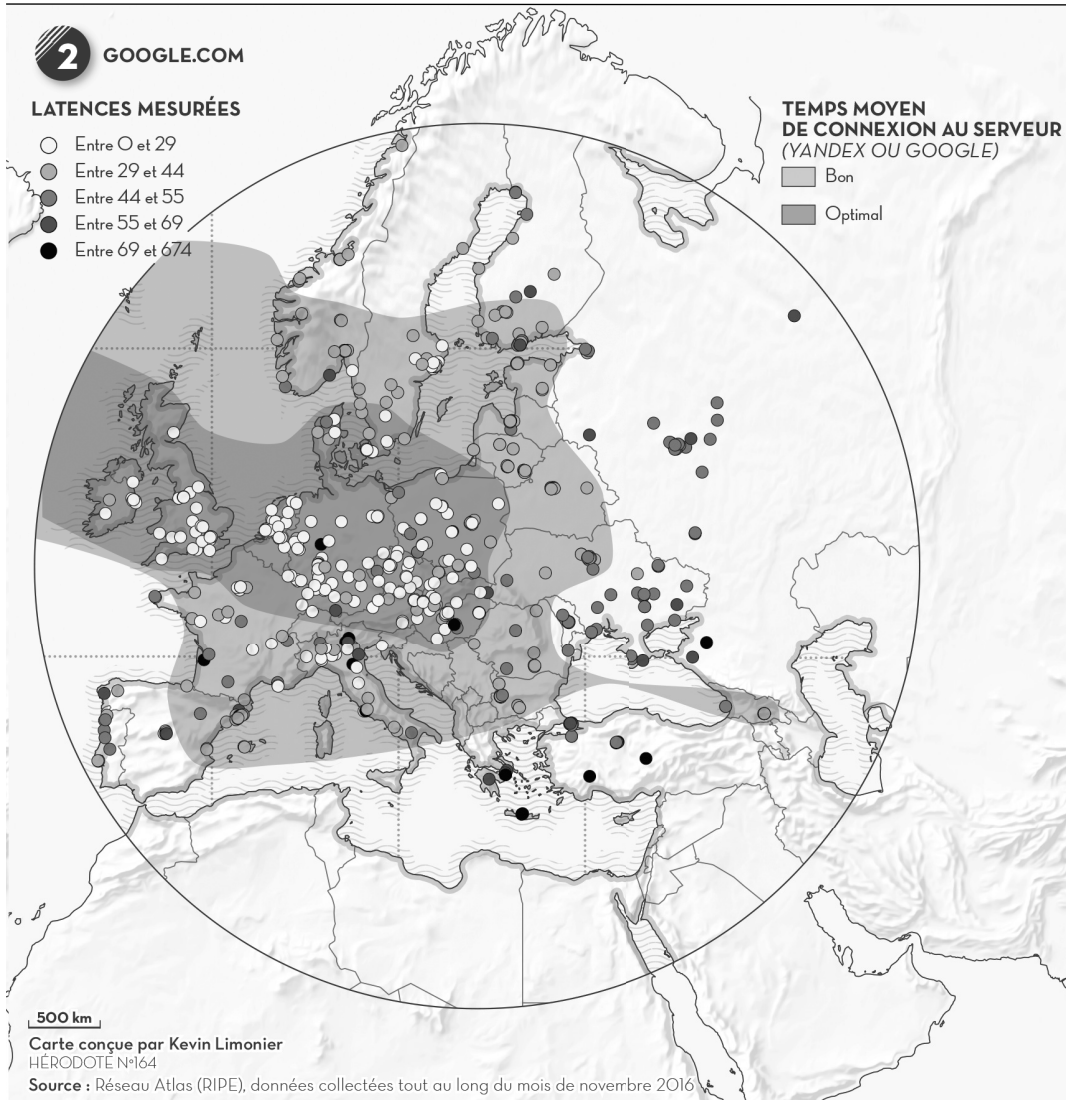
La latence est une donnée stratégique dans l'analyse des réseaux numériques dans la mesure où elle permet aux acteurs du Web de mesurer l'accessibilité de leur service : plus une latence sera élevée, moins le service sera accessible facilement, et donc plus on lui préférera un concurrent plus rapide. Certes, les latences étant mesurées en millisecondes, les différences sont si minimes qu'elles échappent à l'utilisateur lorsqu'il visite une page. Mais, dans le cas de services complexes envoyant des requêtes massives, quelques millisecondes de moins qu'un concurrent peuvent à terme un handicap considérable. De fait, la carte des latences dessine celle des opportunités commerciales pour des plateformes telles que Yandex et, *in fine*, celle d'une potentielle « sphère d'influence numérique » russe en Europe dans la mesure où Moscou dispose d'un droit de regard sur les données des utilisateurs de ces services où qu'ils se trouvent.

39. « Yandex searches past its language barrier », Clay Dillow, 13 novembre 2013, <<http://fortune.com>>.

40. Entretenu par le RIPE (Réseaux IP Européens), le réseau Atlas est constitué d'environ 20 000 sondes réparties dans le monde entier. À l'image des stations météorologiques automatiques, chaque sonde Atlas constitue une station de mesure de la qualité du réseau Internet dont les données sont généralement utilisées par les chercheurs et les annonceurs pour visualiser l'état du trafic Web.



TEMPS DE LATENCE



En théorie, la latence est conditionnée par l'éloignement géographique. Autrement dit, plus la source du signal est éloignée du serveur qu'elle cherche à joindre, plus la latence sera élevée. Dans cette optique, la latence fait en quelque sorte figure d'échelle kilométrique du cyberspace, également conditionnée par les accords d'appairage que les fournisseurs d'accès Internet (FAI) entretiennent entre eux⁴¹. Pourtant, on constate sur cette carte que ce n'est pas tant la géographie physique qui détermine cette échelle kilométrique du cyberspace que l'histoire et les rapports de domination ou de rivalité qu'entretiennent les États européens entre eux. Ainsi, on constate que l'Ukraine et la Biélorussie demeurent bien plus proches de Moscou (où se situent les serveurs de Yandex) que du cœur numérique de l'Europe que constitue l'axe Londres-Francfort, où aboutissent les câbles transatlantiques utilisés par les GAFAs américains. Cela s'explique principalement par le fait que les infrastructures de ces pays sont historiquement tournées vers Moscou, tandis que les fournisseurs d'accès Internet biélorusses et ukrainiens entretiennent d'importants accords d'appairage avec la Russie – et ce malgré la guerre dans le Donbass. En effet, si le cas biélorusse est assez simple vu les rapports diplomatiques très étroits qu'entretiennent Minsk et Moscou, l'Ukraine post-Maïdan demeure (pour l'instant) dépendante de la Russie pour assurer une connectivité optimale de sa population, ce qui constitue un levier d'influence indéniable pour les autorités russes.

En creux des anciennes républiques soviétiques « arrimées » à Moscou, on notera le cas particulier de la Géorgie qui, malgré sa proximité historique et géographique avec la Russie, s'en trouve éloignée dans le cyberspace. Cela s'explique par le climat de tension géopolitique qui règne depuis des années entre ces deux pays autour de l'Ossétie du Sud et de l'Abkhazie. Après la guerre russo-géorgienne de 2008, les autorités de Tbilissi ont choisi de sortir leur cyberspace de l'orbite russe en rompant leurs accords de routage avec les FAI russes, et en faisant passer l'essentiel de leur trafic Internet par un câble traversant la mer Noire de la Bulgarie jusqu'au port géorgien de Poti. L'idée était de mettre la connectivité du pays (considérée par les autorités géorgiennes comme un « intérêt vital ») hors de portée de la Russie, qui aurait pu s'en servir comme moyen de pression. Le résultat en est qu'aujourd'hui la Géorgie est plus proche de Francfort que de Moscou dans le cyberspace.

Au-delà des cas ukrainien, biélorusse ou géorgien, celui des pays bordant la mer Baltique est également révélateur de cette sphère d'influence russe dans le

41. Les FAI entretiennent entre eux des accords dits « d'appairage » qui leur permettent d'échanger leur trafic Internet. Concrètement, ces accords sont le résultat de négociations commerciales et politiques qui ont un impact significatif sur la topologie du réseau. Ainsi, pour un pays X ne souhaitant pas mettre en place d'accords d'appairage avec son voisin Y pour diverses raisons, le trafic transitant entre ces deux nations devra forcément passer par un ou plusieurs intermédiaires qui entretiennent des accords à la fois avec X et avec Y.

cyberespace. En effet, on constate que des pays tels que l'Estonie, la Lettonie, la Lituanie ou encore la Finlande et la Suède, caractérisés par une diplomatie plus ou moins hostile à l'égard de la Russie, disposent d'une excellente connectivité vers Moscou. Cela s'explique d'abord par le fait que la plupart des câbles qui relient la Russie à l'Europe passent par le fond de la mer Baltique en direction de l'axe Londres-Francfort et « irriguent » sur leur passage les pays riverains. Or ces pays sont aussi ceux où se développent les plateformes russes, que ce soit en raison de la présence d'importantes minorités russophones, ou grâce aux politiques de développement de certaines d'entre elles, comme Yandex.

D'une manière générale, la carte des latences dessine ainsi celle des rapports de force qui tiraillent l'Europe dans le cyberespace, et permet de deviner des sphères d'influence que les liens qui unissent les plateformes à leurs gouvernements rendent éminemment géopolitiques.

Conclusion

Protéiforme, la stratégie d'influence informationnelle et numérique de la Russie en Europe se déploie en deux branches. La première, principalement dirigée vers les pays d'Europe occidentale, consiste en une offensive de diplomatie publique médiatique menée par un ensemble de médias internationaux, en particulier RT et Sputnik. Ces organisations subventionnées par le gouvernement ont mis en place des techniques numériques diverses – création de plateformes multimédias sur Internet, présence sur les médias sociaux – promptes à optimiser la diffusion d'un discours relativiste et alternatif aux principes de la démocratie libérale et à une vision occidentalocentrée de la mondialisation. La deuxième branche renvoie aux capacités d'influence numériques de la Russie, en particulier dans son voisinage est-européen et méridional, en tirant parti de la situation économique, mais aussi technique et infrastructurelle particulière que l'Europe occupe dans le cyberespace.

Cette stratégie d'influence russe fait toutefois l'objet d'un certain nombre de ripostes de la part des instances européennes. Dernière en date, l'adoption par le Parlement européen, le 23 novembre 2016, d'une résolution visant à « contrer la propagande dirigée contre [l'UE] par des tiers », en l'occurrence la Russie et l'organisation État islamique. Le texte vise à terme à renforcer la communication stratégique de l'UE par des moyens numériques et médiatiques, afin de lutter « contre les activités agressives russes dans le domaine cybernétique » et « contre la guerre de désinformation et de propagande russe »⁴².

42. Résolution du Parlement européen du 23 novembre 2016 sur la communication stratégique de l'Union visant à contrer la propagande dirigée contre elle par des tiers (2016/2030 (INI)).

Bibliographie

- BJOLA C. et HOLMES M. (dir.) (2015), *Digital Diplomacy. Theory and Practice*, Routledge, New York, 238 p.
- CULL N. J. (2008), «Public diplomacy : taxonomies and histories», *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 616, n° 1, p. 31-54.
- ENTMAN R. M. (2008), «Theorizing mediated public diplomacy : the U.S. case», *Press/Politics*, vol. 13, n° 2, p. 87-102.
- GILBOA E. (2009), «Media and conflict resolution : a framework for analysis», *Marquette Law Review*, vol. 93, n° 1, p. 87-110.
- KEIR G. (2012), *Russia's Stance on Cyberspace Public Issues*, NATO CCD-COE Publications, Tallinn.
- LEWIS J. A. (2015), «The role of offensive cyber operations in NATO's collective defense», Tallinn Paper n° 8, CCDCOE.
- LIMONIER K. (2014), «La Russie dans le cyberspace : représentations et enjeux», *Hérodote*, La Découverte, Paris, vol. 1, n° 152-153, p. 140-160.
- LORD C. (2006), *Losing Hearts and Minds ? Public Diplomacy and Strategic Influence in the Age of Terror*, Praeger Security International, Westport, 152 p.
- MCLUHAN M. (1993), *Pour comprendre les médias. Les prolongements technologiques de l'homme*, Bibliothèque québécoise, 564 p.
- MELISSEN J. (2005), «Wielding Soft Power: the new public diplomacy», *Clingendael Diplomacy Papers*, n° 2, 29 p.
- MITROKHIN V. (2005), *The World Was Going Our Way. The KGB and the Battle for the Third World*, Basic Books, New York, 736 p.
- NYE J. (2011), *The Future of Power*, PublicAffairs, New York, 298 p.
- SHARON WANG S. et HONG J. (2011), «Voice of America in the post-Cold War era : Opportunities and challenges to external media service via new information and communication technology», *The International Communication Gazette*, vol. 73, n° 4, p. 342-358.
- SMITH C. (1988), «Soviet maskirovka», *Air Power Journal*, vol. 2, n° 1, p. 28-39.
- STRUKOV V. (2016), «Digital conservatism : framing patriotism in the era of global journalism», in SUSLOV M. et BASSIN M. (dir.), *Eurasia 2.0 : Russian Geopolitics in the Age of New Media*, Lexington Books, Lanham, 2016, chap. 8, p. 185-208
- YABLOKOV I. (2015), «Conspiracy theories as a Russian public diplomacy tool : the case of Russia Today (RT)», *Politics, Political Studies Association*, vol. 35, p. 301-315.