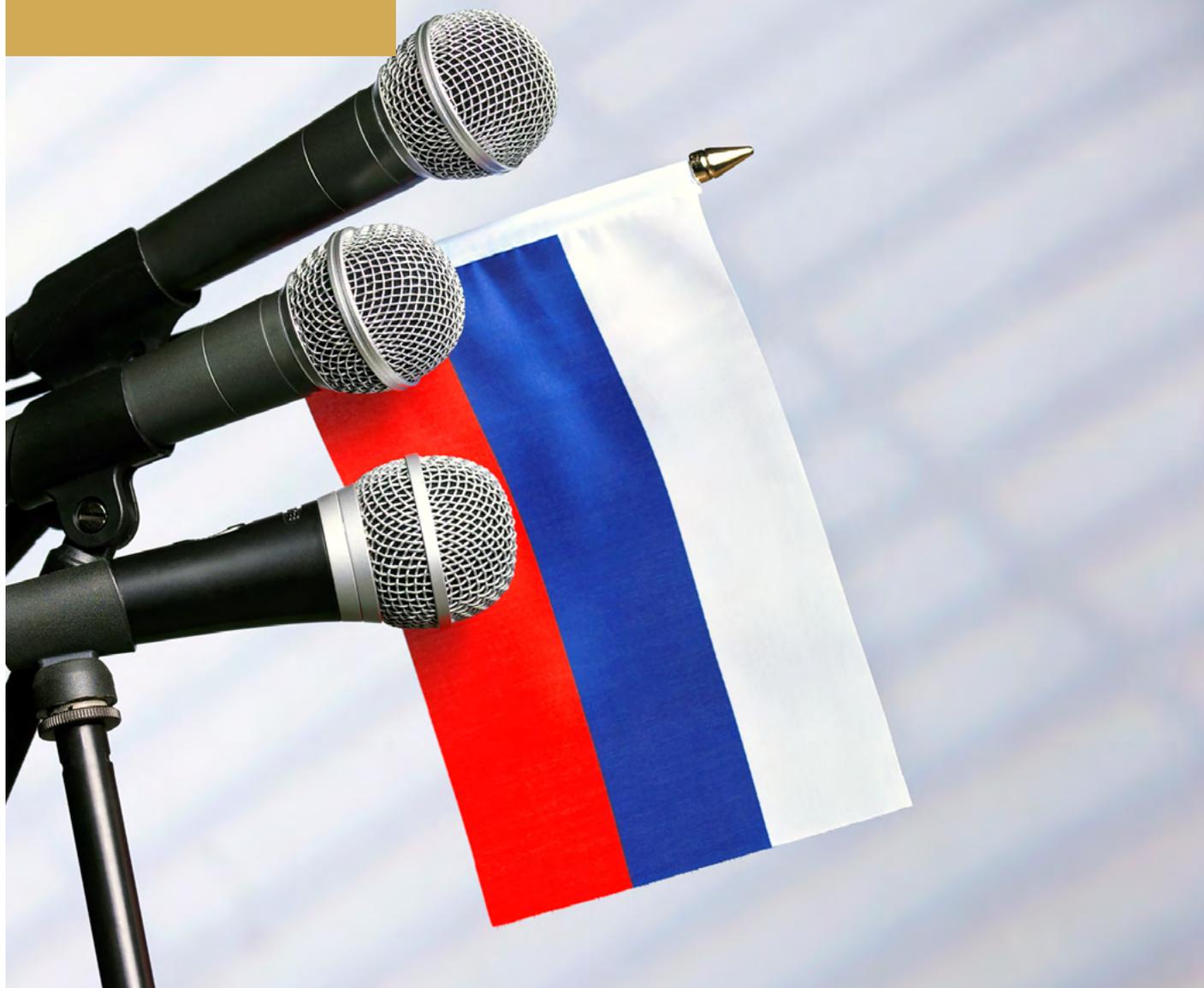


Perspectives politiques

150

Février 2024



Médias russes et africains : l'exercice du « Soft Power »

CAYLEY CLIFFORD ET STEVEN GRUZD

Perspectives africaines
Réflexion globale

Résumé analytique

On assiste à une résurgence de l'intérêt et de l'implication de la Russie en Afrique sous la présidence de Vladimir Poutine. Le sommet Russie-Afrique d'octobre 2019 à Sotchi a été considéré comme une étape majeure dans le retour de la Russie sur le continent africain.

La tentative d'influence par le biais des médias n'est pas un phénomène nouveau pour la Russie, comme pour d'autres pays qui utilisent des discours stratégiques afin de promouvoir les intérêts de l'État. Toutefois, ces dernières années et en particulier depuis le conflit ukrainien de 2014, l'utilisation des médias par la Russie pour mener des campagnes plus larges est devenue de plus en plus notoire, tant au niveau national qu'international.

Les médias publics russes se situent au cœur de la stratégie du Kremlin et sont les moteurs de son « soft-power », sa puissance douce en Afrique. Les services comme Sputnik et RT (anciennement *Russia Today*) trouvent un écho auprès des rédacteurs en chef africains. Les médias publics sont en mesure de donner une image plus équilibrée de la Russie en Afrique, tout en combattant les discours occidentaux en s'appuyant sur des références anti-impérialistes et en se positionnant comme une source d'information alternative.

Le Kremlin a réussi à s'adapter à l'ère numérique, élargissant ses opérations pour inclure des sites d'information en ligne dans plusieurs langues. Les sites africains publient à leur tour à grande échelle des contenus provenant des médias parrainés par le Kremlin. Les discours sont amplifiés bien au-delà de leur source d'origine, le message principal étant que Moscou est prêt à collaborer avec l'Afrique sur une base mutuellement avantageuse.

Le renforcement de l'influence par le biais des médias sociaux est un autre aspect essentiel de la stratégie médiatique de la Russie en Afrique. Elle sert à semer le doute et à instaurer la confiance dans des sources d'informations alternatives. De plus, les réseaux russes collaborent de plus en plus avec des acteurs locaux dans les pays africains afin de dissimuler leurs activités. Il est intéressant de constater qu'une grande partie du contenu partagé sur les médias sociaux ne comprend pas de fausses nouvelles mais est, dans la plupart des cas, très partisan et polarisant.

Le succès des campagnes d'influence en ligne dépend du degré de connexion des sociétés au monde numérique. La Russie utilise de plus en plus une combinaison de médias sociaux et d'autres instruments de diplomatie publique pour asseoir son influence en Afrique. En République centrafricaine, par exemple, la production de contenu audiovisuel, le financement de la presse locale et le parrainage d'activités locales contribuent à présenter la Russie comme un nouveau partenaire de développement utile. Néanmoins, comme ailleurs en Afrique, c'est avec un budget limité que la Russie tente d'étendre son influence.

L'Afrique ignore tout de la Russie, car les médias africains s'appuient principalement sur des sources occidentales qu'ils reproduisent ensuite. Et toutes les fausses nouvelles, la russophobie et la propagande antirusse, diffusées par les médias occidentaux, sont reprises par les médias africains.

Alexey Vasiliev¹

Introduction

L'Union soviétique a maintenu une forte présence en Afrique après la Seconde Guerre mondiale. Elle a apporté un soutien matériel, logistique et idéologique aux mouvements de libération de tendance socialiste qui luttèrent pour l'indépendance contre les régimes coloniaux et les colons. L'effondrement de l'URSS en 1991 a vu l'État russe successeur, en faillite, se retirer de ses engagements en Afrique et dans le reste du monde. Soutenu par une politique étrangère plus agressive sous la présidence de Vladimir Poutine, l'engagement russe sur le continent a été relancé. Cela a été particulièrement le cas après l'annexion très controversée de la Crimée par la Russie en 2014, à la suite de laquelle Moscou a fait l'objet de sanctions occidentales. Le sommet Russie-Afrique, qui s'est tenu à Sotchi en octobre 2019, a marqué un moment fort de l'implication croissante de la Russie sur le continent.

Dans le présent article de réflexion, nous examinons comment la Russie cherche à influencer le paysage médiatique de l'Afrique contemporaine et comment elle s'efforce délibérément d'élaborer un discours médiatique soutenant ses intérêts et s'opposant à ceux de l'Occident, en particulier des États-Unis et de la France. Grâce à des instruments tels que le service d'information Sputnik² et la chaîne de télévision RT, la Russie diffuse intentionnellement des contenus qui la présentent, ainsi que ses alliés, sous le meilleur jour possible, mais qui donnent une image négative de ses concurrents.

L'influence médiatique de la Russie joue sur son soutien rhétorique à la souveraineté nationale et à la non-ingérence dans les affaires intérieures des autres États, alors même qu'elle cherche à influencer ces mêmes affaires en sa faveur. La Russie s'efforce à dessein de jeter le doute sur les affirmations occidentales sur l'universalité des droits de l'homme, d'aggraver les lignes de fractures sociétales et de saper la notion de vérité. Elle s'insurge également contre ce qu'elle perçoit comme un parti pris antirusse dans les médias occidentaux. Cette approche est évidente lorsqu'on analyse la façon dont la Russie s'implique dans l'espace médiatique africain.

1 Vassiliev est directeur de l'*Institute for African Studies of the Russian Academy of Sciences* et rédacteur en chef de la revue *Asia and Africa Today*. Cité par Peter Fabricius, 'Russia starts a new chapter in Africa', *Daily Maverick* du 29 octobre 2019, <https://www.dailymaverick.co.za/article/2019-10-29-russia-starts-a-new-chapter-in-africa/>.

2 Portant le nom du satellite lancé en 1957, Sputnik, une filiale du groupe de médias *Russia Today Media Group*, a été fondée en 2014. Elle propose des informations en ligne et à la radio en 33 langues et fournit du contenu en anglais, en arabe, en espagnol, en chinois et en farsi.

La Russie ne laisse pas au hasard la façon dont elle sera dépeinte dans les médias. Au contraire, elle s'appuie sur plusieurs décennies d'expérience dans la propagation de la désinformation pour transmettre l'image qu'elle souhaite.

Le paysage médiatique de la Russie

Le système médiatique russe se compose de différents modèles, avec une dichotomie principale entre les médias étroitement contrôlés et fidèles au Kremlin d'une part, et les médias et plates-formes indépendants de communication en ligne de moins en moins nombreux, d'autre part. Bien que le gouvernement encourage l'utilisation d'Internet, il tente également de l'utiliser comme un outil politique de contrôle. Le paysage médiatique russe peut donc être qualifié de semi-autoritaire³.

Certains oligarques détiennent une participation importante dans les médias russes. Les milliardaires Alicher Ousmanov et Iouri Kovaltchouk détiennent des participations dans des maisons d'édition, des opérateurs de téléphonie mobile et des chaînes de télévision.⁴ Tous deux auraient des liens étroits avec Poutine⁵. L'homme d'affaires russe, Evgueni Prigojine, aurait financé l'*Internet Research Agency* et est accusé d'avoir tenté d'influencer les élections américaines en 2016.

Comme pour d'autres pays qui utilisent des discours stratégiques afin de promouvoir les intérêts de l'État, la tentative d'influencer par le biais des médias n'est pas un phénomène nouveau pour la Russie

Comme pour d'autres pays qui utilisent des discours stratégiques afin de promouvoir les intérêts de l'État, la tentative d'influence par le biais des médias n'est pas un phénomène nouveau pour la Russie. En 1922, elle a créé La voix de la Russie, qui émettait en français, et en 1941, une agence de presse nationale, RIA Novosti. Ces deux agences

3 Katja Lehtisaari, 'Market and Political Factors and the Russian Media' (Working Paper, Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford, 2015), 2, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/market-and-political-factors-and-russian-media>.

4 Lehtisaari, 'Market and Political Factors', 3.

5 Viorilya Khrennikov, 'Netflix Partners with Broadcaster Linked to Putin Ally Yury Kovalchuk', *Business Day*, 2 septembre 2020, <https://www.businesslive.co.za/bd/companies/telecoms-and-technology/2020-09-02-netflix-partners-with-broadcaster-linked-to-putin-ally-yury-kovalchuk>; Jack Stubbs et al., 'The Man Who Married Putin's Daughter and Then Made a Fortune', *Reuters*, 17 décembre 2015, <https://www.reuters.com/investigates/special-report/russia-capitalism-shamalov>; Henry Meyer and Irina Reznik, 'Putin Foe Navalny Urges Europe to Target Billionaires Abramovich, Usmanov', *Bloomberg*, 27 novembre 2020, <https://www.bloomber.com/news/articles/2020-11-27/navalny-urges-europe-to-target-billionaires-abramovich-usmanov>; Spencer Woodman, 'Senators Urge Adding Usmanov to Official Oligarch List, Citing Paradise Papers Revelations', *International Consortium of Investigative Journalists*, 19 janvier 2018, <https://www.icij.org/investigations/paradise-papers/senators-urging-adding-usmanov-official-oligarch-list-citing-paradise-papers-revelations>.

ont été également utilisées par l'URSS tout au long de la guerre froide, puis par la Russie dans les années 1990 et au début des années 2000. Elles ont ensuite fusionné pour former Sputnik en 2014, qui a continué à colporter des théories du complot et à prôner l'antiaméricanisme et le soutien à la souveraineté des États.

De l'ère soviétique à nos jours, les médias russes ont joué un rôle important dans la politique étrangère russe. Cette forme de « soft power » n'a pas toujours eu comme objectif de discréditer l'Occident ou de se présenter en opposition idéologique par rapport à lui ; au contraire, elle a d'abord cherché à présenter la Russie comme une jeune démocratie.

Le pays se considère comme une jeune démocratie. Ces dernières années, l'approche de la Russie a changé, en particulier depuis le conflit avec l'Ukraine en 2014. Lorsque des officiers militaires ont été repérés pour la première fois dans la péninsule de Crimée et que les médias occidentaux les ont associés à la Russie, le Kremlin a qualifié ces rapports de « complètement absurdes⁶ ». Et lorsque les inquiétudes ont grandi quant à une éventuelle incursion, la Russie a présenté un scénario différent. Elle a tenté, en utilisant les médias électroniques et les médias sociaux, un discours unique et incontesté : il y avait une crise humanitaire en Ukraine et il fallait protéger les Ukrainiens russophones contre les extrémistes et les radicaux.

L'utilisation des médias par la Russie comme levier essentiel des campagnes d'influence plus larges est devenue de plus en plus notoire au niveau national et international. Poutine et ses principaux conseillers continuent à utiliser les médias pour diffuser des messages clés sur le programme de politique étrangère de la Russie, pour discréditer la démocratie occidentale et ses institutions, pour réduire la cohésion sociale et promouvoir le rôle de la Russie dans le système international⁷. Ce qui est devenu possible par le contrôle direct qu'exerce le gouvernement russe sur les médias privés.

L'utilisation des médias traditionnels par la Russie en Afrique

S'adressant à des journalistes lors d'une conférence de presse en 2013, Poutine a déclaré : « Il devrait y avoir des patriotes à la tête des ressources d'information de l'État... des personnes qui défendent les intérêts de la Fédération de Russie⁸ ». Les médias publics de la Russie sont, de toute évidence, un moteur clé du « soft power » en Afrique.

6 Jill Dougherty, 'Everyone Lies: The Ukraine Conflict and Russia's Media Transformation' (Discussion Paper Series #D-88, Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy, Cambridge, 2014), 4, <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2014/07/d88-dougherty.pdf>.

7 Vera Zakem et al., 'Mapping Russian Media Network: Media's Role in Russian Foreign Policy and Decision-making', CNA Analysis & Solutions, 2018, https://www.cna.org/cna_files/pdf/DRM-2017-U-015367-3Rev.pdf.

8 Jill Dougherty, 'How the Media Became One of Putin's Most Powerful Weapons', *The Atlantic*, 21 avril 2015, <https://www.theatlantic.com/international/archive/2015/04/how-the-media-became-putins-most-powerful-weapon/391062/>.

La mission évidente du service médiatique public RT, qui consiste à couvrir les questions marginalisées par ce qu'on appelle les médias grand public, trouve un écho chez des éditeurs et des influenceurs, qui retransmettent son contenu. Outre le fait qu'il se positionne comme une alternative de l'Occident, RT aspire à devenir un radiodiffuseur international viable à part entière. Sa brochette de journalistes, de présentateurs et d'invités internationaux lui donne une image globale et sa culture du complot séduit certaines audiences⁹.

Les références anti-impérialistes de la Russie sont aussi soutenues par les élites africaines et, dans une certaine mesure, par la population en général. Le pays se targue de n'avoir jamais colonisé l'Afrique et de nombreux dirigeants africains ont été éduqués ou formés en URSS ou dans l'ancien bloc soviétique.

La lutte contre les discours occidentaux dans les médias et l'opinion publique a été un sujet abordé lors du sommet Russie-Afrique en 2019. Lors d'une table ronde sur la coopération entre la Russie et l'Afrique dans le domaine des médias de masse, les participants ont affirmé que la Russie était dépeinte de manière très négative par les médias occidentaux et ils ont dénoncé le manque d'informations crédibles à son sujet. « Nous devrions arrêter de voir les choses à travers les yeux des autres – les yeux de Reuters ou de l'Associated Press », a déclaré Khalil Hashimi Idrissi, directeur de l'agence de presse marocaine Maghreb Arabe Presse¹⁰. Le directeur de l'agence de presse national du Ghana, Albert Kofi Owusu, a noté que les médias russes tels que Sputnik et RT partagent des « discours positifs » sur l'Afrique, contrairement aux discours des médias occidentaux sur « le virus Ébola et la guerre civile¹¹ ».

L'agence de presse publique russe TASS a annoncé lors du sommet qu'elle renforcerait ses partenariats avec les médias africains afin de proposer une autre vision des affaires et de l'actualité mondiales et il a été reproché aux médias africains de s'être contentés de répéter le contenu « antirusse » occidental. On a alors offert aux journalistes africains de suivre une formation sur les médias dispensée par des Russes¹².

Pour influencer le paysage médiatique et donner une image plus équilibrée de la Russie, RT fournit un contenu en anglais, en français et en arabe à des pays africains comme l'Algérie, le Maroc et l'Afrique du Sud, où elle échange également du contenu avec des médias locaux. RT a aussi soutenu les radiodiffuseurs publics en Côte d'Ivoire et en Érythrée, avec du matériel et des moyens financiers.

9 Par exemple, RT a collaboré avec Assange, directeur de WikiLeaks, une NPO qui publie des informations souvent anonymes.

10 Dani Madrid Morales et al. 'How China, Turkey and Russia Influence the Media in Africa' (Konrad-Adenauer Stiftung, Johannesburg, 2021), 115, <https://www.kas.de/documents/285576/0/How+China+%2C+Turkey+and+Russia+influence+media+in+Africa.pdf/6594fc3e-f240-6aea-342d-92c8f90dbf43?version=1.2&t=1611811364948>.

11 Evan Gershkovich, 'At Russia's Inaugural Africa Summit, Moscow Sells Sovereignty', *Coda*, 25 octobre 2019, <https://www.codastory.com/disinformation/russia-africa-summit-sochi/>.

12 Anton Troianovski, 'A New Message': Russia Trains Its Propaganda Machine on Africa', *The New York Times*, 29 octobre 2019.

Pour ce qui est de l'aide humanitaire, la Russie souhaite être considérée comme un contributeur international majeur en Afrique, et elle utilise les médias publics et les déclarations officielles pour mettre en évidence l'aide limitée qu'elle fournit. Par exemple, en 2010, elle s'est présentée, par le biais des médias officiels, comme un acteur essentiel dans la lutte contre le virus Ébola en Afrique de l'Ouest. En recourant à la « diplomatie du vaccin », elle a agi de la même façon pour que son vaccin Sputnik V soit utilisé en Afrique, et en distribuant des équipements de protection individuelle à des alliés comme le Zimbabwe. Toutefois, les données du *Financial Tracking Service* (la base de données qui suit les flux d'aide humanitaire) montrent que sur 62,1 millions de dollars que la Russie a donnés en 2020, seuls 4 millions de dollars sont revenus à l'Afrique¹³.

La Russie s'est aussi servie des médias pour renforcer son soutien aux dictateurs africains. Par exemple, des spécialistes russes de la communication étaient actifs au Soudan lors des manifestations de 2019. Les chaînes officielles ont diffusé de fausses nouvelles liant les manifestants à des puissances étrangères telles qu'Israël. Les médias russes ont aussi présenté les manifestations comme étant le résultat d'une influence étrangère, mettant en garde contre « les interventions extérieures » et contre la déstabilisation du pays¹⁴.

Le contrôle apparent des médias par le Kremlin, largement attribué à l'érosion démocratique observée sous le régime de Poutine, a joué un rôle significatif dans les efforts déployés pour exercer une influence. L'émergence des canaux de communication numériques a accru la portée et l'incidence de pratiques telles que la circulation de l'information. La capacité des États à transmettre des messages directement à des publics étrangers¹⁵ est devenue simple et moins coûteuse. Le Kremlin a réussi à s'adapter à l'ère numérique, élargissant ses opérations pour inclure des sites d'informations en ligne tels que Sputnik and RT, diffusant en plusieurs langues¹⁶.

Les médias parrainés par le Kremlin, entre autres RT et Sputnik, gagnent en popularité sur le continent africain. La page Facebook de RT France a connu une augmentation significative du nombre d'abonnés, passé de 50 000 à 850 000 entre novembre 2017 et janvier 2018, dont une grande majorité d'abonnés provient des pays du Maghreb ou d'Afrique subsaharienne, ce qui montre un intérêt pour les médias russes en langue française¹⁷. On ne sait pas pourquoi exactement RT France est la source de médias préférée, mais elle a mené une vaste campagne publicitaire pour accroître son audience en Afrique¹⁸. Une étude de 2010 a révélé que les Africains francophones admirent Poutine comme un dirigeant qui aurait sorti son pays de l'ornière dans laquelle les pays

13 Financial Tracking Services, 'Russian Federation, Government of 2020', <https://fts.unocha.org/donors/3006/summary/2020>.

14 Karel Svoboda, Paula-Charlotte Matlach et Zack Baddorf, *Russia's Activities in Africa's Information Environment: Case Studies: Mali and Central African Republic* (NATO Strategic Communications Centre of Excellence, Riga, 2021), https://stratcomcoe.org/uploads/pfiles/russias_activities_in_africa_nato_stratcom_coe_05-03-2021-1.pdf.

15 Foreign publics (publics étrangers) se réfère aux électeurs du monde entier avec lesquels un pays établit des relations par le biais d'efforts de diplomatie publique.

16 Svoboda et al., *Russia's Activities*, 11.

17 Svoboda et al., *Russia's Activities*, 10.

18 Kevin Limonier et Marlene Laruelle, 'Russia's African Toolkit: Digital Influence and Entrepreneurs of Influence', *Orbis* 65, no. 3 (2021) : 403-419.

occidentaux l'auraient poussé¹⁹. Ce discours est particulièrement populaire parmi ceux qui sont devenus de plus en plus critiques à l'égard de l'Occident et des anciennes puissances coloniales²⁰. La Russie cherche aussi à saper les divers efforts multilatéraux de maintien de la paix menés au Sahel par l'Occident. Des études récentes font état de préjugés négatifs concernant les missions et le rôle de la France, confirmés par l'utilisation de citations essentiellement négatives et par de nombreux discours hostiles émanant des fournisseurs de contenu russes²¹. On a aussi remarqué un discours anti-occidental général.

En Afrique, pas moins de 4 000 sites en ligne publient des contenus provenant de médias parrainés par le Kremlin. Cela s'explique par la demande d'actualités nationales, à laquelle RT et Sputnik ne sont que trop heureux de répondre. C'est aussi le résultat de la croissance des médias sociaux et du contexte politique national. Le nombre d'utilisateurs d'Internet en Afrique sub-saharienne a augmenté de façon spectaculaire ces dernières années, passant de 4 millions en 2009 à 522 millions en 2019²².

De nombreux pays africains accèdent à l'Internet par le biais d'un smartphone, ce qui a profité à Facebook et que Sputnik et RT ont utilisé à leur avantage. Les organes de presse africains, qui sont probablement des acteurs autonomes et ne font pas partie de la stratégie médiatique coordonnée par le Kremlin, republient des contenus russes pour leur capacité à attirer des clics et donc des revenus publicitaires²³.

Bien que les titres des journaux aient tendance à surestimer l'influence russe en Afrique, les efforts de Moscou pour influencer l'opinion publique sur le continent doivent néanmoins être considérés comme faisant partie d'une stratégie plus large. Il s'agit de contrecarrer les tentatives américaines de diffuser la démocratie libérale et les valeurs démocratiques, d'une part, et de promouvoir les intérêts commerciaux des entreprises russes qui ont des liens avec le gouvernement, d'autre part. Ces efforts ont pour but d'aider la Russie à redevenir une superpuissance d'envergure mondiale, et ce, en promouvant des points de vue anti-occidentaux.

Comme l'explique l'analyste Joseph Siegle : « L'Afrique, avec ses gouvernements faibles, ses ressources naturelles abondantes, son héritage colonial, sa proximité avec l'Europe et ses cinquante-quatre voix à l'Assemblée générale des Nations Unies, offre à la Russie un théâtre attrayant et facile où elle peut faire progresser ses intérêts moyennant des coûts financiers ou politiques limités²⁴ ». Toutefois, il convient de ne pas sous-estimer l'action du public et des citoyens africains ; ils choisissent les personnes qu'ils souhaitent soutenir pour servir leurs intérêts.

19 Dmitri Bondarenko, 'In the Red Banner's Shade: The Image of Post-Soviet Russia in Africa', *Africa Review* 2, no. 1 (2010): 1-14.

20 Limonier et Laruelle, 'Russia's African Toolkit', 405.

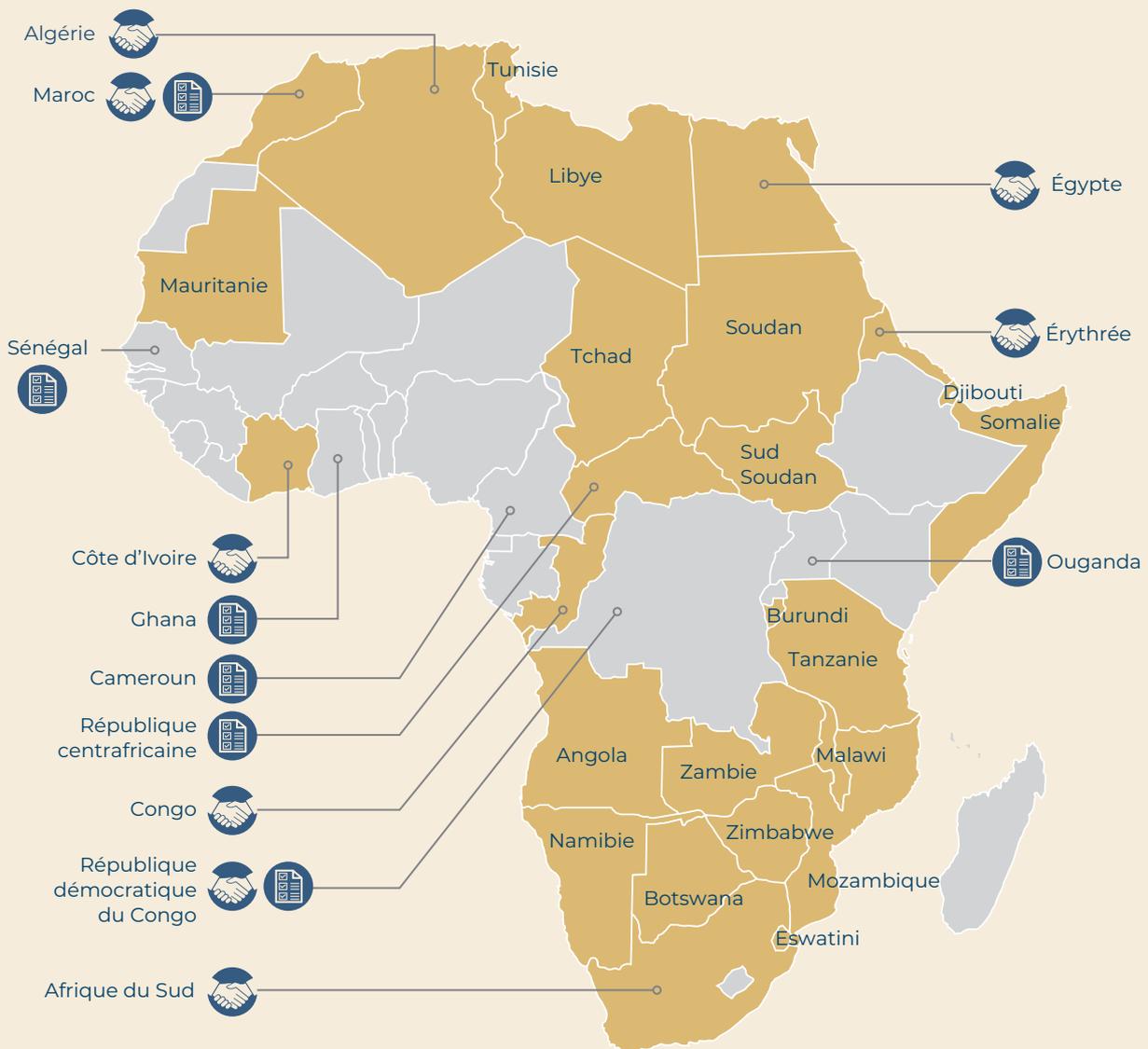
21 Svoboda et al., *Russia's Activities*, 9.

22 Limonier et Laruelle, 'Russia's African Toolkit', 407.

23 Limonier et Laruelle, 'Russia's African Toolkit', 408.

24 Joseph Siegle, 'Russia's Strategic Goals in Africa', African Center for Strategic Studies (Washington, D.C.), <https://africacenter.org/experts/joseph-siegle/russia-strategic-goals-africa>.

Figure 1 L'influence des médias du Kremlin en Afrique



Présence de RT
La chaîne de médias publics russes RT diffuse des émissions sur les réseaux de télévision dans ces pays

Accords de coopération avec les médias locaux
Les médias publics russes ont signé des accords de coopération avec des médias locaux afin de partager des contenus et, dans certains cas, de former des journalistes locaux

Évaluation d'accords potentiels
Poutine a rencontré des dirigeants de médias lors du sommet Russie-Afrique d'octobre 2019, afin de discuter de la poursuite de la coopération

Source : Nataliya Bugayova et al., 'The Kremlin's Inroads after the Africa Summit', Institute for the Study of War (Washington, D.C.), 8 novembre 2019, <https://www.understandingwar.org/backgrounder/kremlins-inroads-after-africa-summit>

L'influence renforcée grâce aux médias sociaux

Renforcer l'influence par le biais des médias sociaux est l'un des aspects principaux de la stratégie médiatique de la Russie en Afrique. Elle sert à semer le doute et à renforcer la confiance dans d'autres sources d'information. Et contrairement aux campagnes précédentes, les réseaux russes travaillent de plus en plus avec des acteurs locaux dans les pays africains pour mieux dissimuler leurs activités. Il est intéressant de noter qu'une grande partie des contenus partagés sur les médias sociaux par les réseaux russes ne sont pas des fausses nouvelles ; il s'agit, dans la plupart des cas, de contenus très partisans et polarisants.

Renforcer l'influence par le biais des médias sociaux est l'un des aspects principaux de la stratégie médiatique de la Russie en Afrique

Figure 2 Un partisan du coup d'État d'août 2020 au Mali brandit une pancarte sur laquelle on peut lire « Merci à la Russie et à la Chine pour leur soutien au Mali »



Source : Fred Muvunyi, 'Was Russia behind the Coup in Mali?', Deutsche Welle, 26 octobre 2020

critiquaient toutefois le gouvernement d'entente nationale basé à Tripoli³⁰. Le contenu partagé était conforme aux objectifs de la politique étrangère de la Russie dans le pays. Depuis le déploiement des mercenaires à Tripoli, en septembre 2019, la Russie a joué sur tous les tableaux du conflit, exploitant le chaos pour s'assurer un siège à la table des négociations. Le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord ont une importance stratégique pour la Russie car elle souhaite montrer son soutien aux dirigeants favorables à ses intérêts à la fois économiques et militaires, éroder l'influence des États-Unis dans la région et renforcer sa propre stature sur la scène mondiale³¹.

Figure 3 Un message de la page Facebook « Libya Gaddafi »



Source : Africa Center for Strategic Studies, 'Russian Disinformation Campaigns Target Africa: An Interview with Dr. Shelby Grossman', 18 février 2020, <https://africacenter.org/spotlight/russian-disinformation-campaigns-target-africa-interview-shelby-grossman>

30 Shelby Grossman, Daniel Bush and Renée DiResta, 'Evidence of Russia-linked Influence Operations in Africa' (Stanford Internet Observatory, Stanford, 2019), 5, https://fsi-live.s3.us-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/29oct2019_sio_-_russia_linked_influence_operations_in_africa.final_.pdf.

31 Center for Strategic and International Studies, 'Exploiting Chaos: Russia in Libya'.

Ce qui est peut-être plus intéressant que les discours que la Russie tente de faire passer par les médias sociaux, ce sont les tactiques qu'elle utilise pour y parvenir. Les entreprises technologiques étant désormais au fait des campagnes d'influence en ligne, la Russie a cherché à externaliser la création de contenu auprès d'acteurs locaux en Afrique. Par exemple, en 2020, une ferme à trolls russe, diffusant des contenus polarisants et racistes avant les élections américaines, a été démasquée au Ghana. L'objectif était d'attiser les divisions entre les Américains et de provoquer des troubles sociaux³².

Plus de 200 comptes avaient été créés, la plupart au second semestre de 2019, incluant Facebook, Instagram et Twitter, et atteignant potentiellement des millions de personnes dans le monde. Ces comptes se prétendaient basés aux États-Unis, mais ont pu être associés de manière fiable à la Russie, d'après Twitter.

Une enquête de CNN a permis de localiser la ferme à trolls ghanéenne : une bâtisse entourée d'un mur situé dans un quartier résidentiel d'Accra, la capitale du pays³³. Elle était louée par une ONG appelée *Eliminating Barriers for the Liberation of Africa* (EBLA).

Figure 4 La bâtisse louée par l'EBLA à Accra, au Ghana



Source: Clarissa Ward et al., 'Russian Election Meddling Is Back – via Ghana and Nigeria – and in Your Feeds', CNN, 11 avril 2020

32 Clarissa Ward et al., 'Russian Election Meddling Is Back – via Ghana and Nigeria – and in Your Feeds', CNN, 11 avril 2020, <https://edition.cnn.com/2020/03/12/world/russia-ghana-troll-farms-2020-ward/index.html>.

33 Ward et al., 'Russian Election Meddling'.

Il n'est pas certain que les employés de l'EBLA aient eu conscience qu'il s'agissait d'une campagne d'influence – une femme avait affirmé n'avoir « aucune idée » qu'elle travaillait à titre de troll russe.

La ferme à trolls ghanéenne n'est pas la seule opération d'influence en lien avec l'Agence de recherche sur Internet ou avec Prigojine³⁴. Selon les médias russes, des consultants politiques ayant des liens avec Prigojine opèrent dans plus de 20 pays d'Afrique, propageant une rhétorique anti-occidentale (à la fois contre les États-Unis et la France) et attisant des conflits locaux pendant les campagnes électorales³⁵. La Russie nie ces faits et accuse à son tour l'Occident de concurrence déloyale et de propagation de la désinformation.

Siegle note que « la Russie a commencé à 'franchiser' son modèle de désinformation en créant ou en parrainant des hôtes africains en échange de messages pro-russes et anti-occidentaux. Cette approche donne à la campagne de désinformation un contexte plus culturel tout en rendant plus difficile l'identification des comptes authentiques pour les lecteurs ordinaires³⁶ ». Elle permet aussi au gouvernement russe de nier de manière plausible l'existence de la campagne au cas où celle-ci serait découverte.

Selon le *Stanford Internet Observatory*, il n'est pas certain que les campagnes d'influence décrites ci-dessus aient eu une incidence réelle. Bien que les utilisateurs, qui se sont déclarés originaires d'Afrique, aient commenté activement et répondu à de nombreuses publications, il est important de garder à l'esprit que l'un des principaux objectifs des opérations d'information russes en Afrique est de faire passer le message que la présence du pays sur le continent est plus importante qu'elle ne l'est en réalité. Après tout, la Russie s'efforce à bien des égards d'accroître sa présence économique et politique en Afrique³⁷, en particulier par rapport à la Chine, au Royaume-Uni, à l'Inde ou à la France.

Le succès des campagnes d'influence dépend aussi du degré de connexion des sociétés au monde numérique.

C'est peut-être pour cette raison que la Russie utilise de plus en plus une combinaison de média sociaux et d'autres instruments de diplomatie publique pour asseoir son influence en Afrique. Les initiatives en matière d'éducation et les institutions culturelles, par exemple, travaillent de concert avec la stratégie médiatique russe ou se complètent mutuellement. La République centrafricaine (RCA) en est un bon exemple.

34 Prigojine a été inculpé par les États-Unis et accusé d'ingérence dans les élections de 2016.

35 Svoboda et al., *Russia's Activities*, 121.

36 Siegle, 'Russia's Strategic Goals'.

37 Paul Stronski, 'Late to the Party: Russia's Return to Africa', *Carnegie Endowment for International Peace*, 16 octobre 2019, <https://carnegieendowment.org/2019/10/16/late-to-party-russia-s-return-to-africa-pub-80056>.

Guerre hybride en RCA

La RCA est d'une importance géopolitique majeure en Afrique, en raison de sa situation géographique, de ses richesses minérales et de son contexte local. Elle ne constitue pas seulement un point de transition entre le nord majoritairement musulman et le sud chrétien, mais la guerre civile en cours en fait également une cible facile pour les ingérences étrangères³⁸.

En 2018, la RCA a signé un accord de coopération en matière de sécurité avec la Russie, permettant à Moscou d'armer et d'entraîner les forces armées du pays. Bien que cette démarche ait été approuvée par le Conseil de Sécurité de l'ONU, les soutiens traditionnels de la RCA, la France et les États-Unis, se sont montrés réticents à fournir des armes, craignant qu'elles ne se retrouvent entre les mains des rebelles et n'alimentent un nouveau conflit³⁹. Le gouvernement russe, quant à lui, a ouvertement soutenu le président Faustin-Archange Touadéra, qui s'efforce de reprendre le contrôle de certaines parties du pays aux mains des seigneurs de guerre locaux.

À peu près au moment de l'accord de coopération, des messages anti-français et anti-ONU ont commencé à apparaître sur les médias sociaux en RCA. En 2019, Facebook a découvert 13 pages suspectes, affichant un contenu similaire : elles faisaient l'éloge de Touadéra en critiquant la France pour avoir tenté de recoloniser la RCA et en défendant la présence de la Russie dans le pays⁴⁰. Dans certains cas, des trolls en ligne entraînent en désaccord, sciemment ou non, avec des opérations d'influence en ligne dirigées depuis la France. Les médias ont tendance à se concentrer sur la menace de l'agression numérique russe mais l'on voit que d'autres gouvernements, comme celui de la France, peuvent être aussi complices de campagnes d'influence en ligne, en particulier lorsque leurs intérêts sont remis en cause⁴¹. De plus, le paysage médiatique commercial en pleine expansion, avec un modèle publicitaire essentiellement numérique, a créé un espace pour le journalisme citoyen, les fausses nouvelles, les logiciels espions et autres logiciels nuisibles. Les médias d'État opèrent souvent dans cet environnement mixte où les acteurs sont fluides et où il est difficile de distinguer ce qui relève de l'État de ce qui relève du secteur commercial.

Selon le *Stanford Internet Observatory*, les comptes des médias sociaux susmentionnés étaient destinés à soutenir la Russie en République centrafricaine. Mais comme il n'y a que 4,3 % de Centrafricains qui ont accès à l'Internet, la Russie doit renforcer ses efforts d'influence par des relations publiques sur le terrain. Ceci inclut la production de contenu

38 Pablo Arbuniés, 'Russia's Sharp Power in Africa: The Case of Madagascar, Central Africa Republic, Sudan and South Africa', *Global Affairs and Strategic Studies*, <https://www.unav.edu/web/global-affairs/detalle/-/blogs/russia-s-sharp-power-in-africa-the-case-of-madagascar-central-africa-republic-sudan-and-south-africa>.

39 Svoboda et al., *Russia's Activities*, 19.

40 Grossman et al., 'Evidence of Russia-linked Influence Operations in Africa', 23-27; Centre for Strategic and International Studies, 'Exploiting Chaos: Russia in Libya'.

41 Silverman, 'France Is Flooding Africa'.

audiovisuel, le financement de la presse locale et le parrainage d'influenceurs locaux ou d'ONG sympathisantes.

Un long métrage russo-centrafricain intitulé *Touriste*, par exemple, a été tourné en CAR et présenté en avant-première à des milliers de personnes à Bangui en mai 2021. Il montre des scènes de guerre dans lesquelles des « instructeurs » russes, qui soutiennent Touadéra, battent les rebelles alliés de l'ancien président François Bozizé. À la fin, « un héros blessé sort du combat avec le sentiment d'avoir accompli sa mission⁴² ». Alors que le film glorifie les mercenaires russes, il reste silencieux sur les allégations d'abus formulées à leur égard.

Après l'avant-première à Bangui, la version française du film a été diffusée plus largement pour toucher le public de l'ensemble de la région d'Afrique centrale et de l'Ouest, entre mai et juin 2021. Une analyse des médias sociaux a révélé un partage coordonné et rapide du film sur 310 pages et groupes Facebook. La couverture géographique comprenait la RCA, le Cameroun, la Côte d'Ivoire, la RDC et le Congo-Brazzaville⁴³. Le film a permis à la Russie de se présenter comme un allié en RCA et de montrer ses avancées sur le continent, et il constitue un autre instrument du « soft power » à surveiller.

La radio est le média le plus populaire et le plus accessible en RCA, comme dans la plupart des pays subsahariens. Le pays compte des dizaines de stations privées et accueille plusieurs radiodiffuseurs internationaux. La Russie a jeté son dévolu sur Radio Lengo Songo, financée par Lobaye Invest, une société minière liée au groupe de mercenaires russes Wagner et dirigée par Yevgeny Khodorov, un loyaliste de Prigojine⁴⁴. La station, qui compte un grand nombre d'auditeurs à Bangui, couvre les nouvelles locales et a aussi publié sur son site Internet un contenu favorable à la présence de la Russie en RCA⁴⁵. Le secteur des médias, à court d'argent, a permis à la Russie d'obtenir une ouverture sympathique de ses activités dans le pays. Les médias *Le Confident*, *Le Potentiel*, *Njoni Sango* et *Les Collines de l'Oubangui* auraient reçu un appui financier de la Russie⁴⁶.

Lobaye Invest a parrainé un concours de beauté 'Miss Bangui' 2018. Valery Zakharov, conseiller en sécurité de Touadéra, est apparu sur scène pour féliciter la gagnante et lui remettre le prix. Interrogé sur son implication dans le concours, Zakharov a répondu : « La Russie ne se préoccupe pas que des armes... la sécurité ne peut venir que lorsque nous changeons la vie des gens. Nous devons créer une base positive⁴⁷. » Le concours de beauté fait partie d'activités humanitaires, sociales et culturelles qui ont été parrainées

42 Benjamin Roger et Georges Dougeli, 'Russia – Africa: Behind the Scenes of Moscow's Soft Power', *The Africa Report*, 29 juillet 2021, <https://www.theafricareport.com/112950/russia-africa-behind-the-scenes-of-moscows-soft-power>.

43 Code for Africa, 'How a Movie Drew More Eyes — and More Influence for Russia in Africa', 13 août 2021

44 Roger et Dougeli, 'Russia – Africa: Behind the Scenes'.

45 James Disalvatore, 'Central African Republic Media Platforms Push Prigojine's Pro-Putin Agenda', Kharon, 6 octobre 2020, <https://brief.kharon.com/updates/central-african-republic-media-platforms-push-Prigojine-s-pro-putin-agenda>.

46 Nathalia Dhukan, 'Central African Republic: Ground Zero for Russian Influence in Central Africa' (Issue Brief, Eurasia Center, Atlantic Council, Washington, 2021), 7, https://issuu.com/atlanticcouncil/docs/central_african_republic-ground_zero_for_russian_i.

47 Patricia Huon et Simon Ostrovsky, 'Russia, the New Power in Central Africa', *Coda*, 18 décembre 2018.

en RCA, parfois par des entreprises privées comme Lobaye Invest, et d'autres fois par l'ambassade de Russie. Parmi les autres activités, citons un tournoi de football pour les jeunes, des dons d'équipements sportifs à une école, des dons de matériels aux médias, des distributions de nourriture et la construction d'hôpitaux mobiles dans les zones contrôlées par les rebelles⁴⁸.

De toute évidence, la Russie utilise une combinaison de techniques et d'instruments de « soft power » en RCA. Et il semblerait que ses efforts portent leurs fruits. Dans la presse locale et sur les médias sociaux, la Russie est félicitée pour le soutien qu'elle apporte aux activités sociales et culturelles dans le pays⁴⁹. Dans les rues de Bangui, l'opinion générale est que la Russie est un nouveau partenaire de développement utile. Néanmoins, il est important de noter que la valeur des investissements russes dans le pays est faible. Comme dans d'autres régions du continent, où la Russie tente d'étendre son influence, elle doit le faire avec un budget limité.

De plus, tandis que la Russie tente depuis un certain temps d'accroître son influence en Afrique en utilisant les médias sociaux, il devient de plus en plus difficile de ne pas se faire attraper⁵⁰. Facebook et Twitter, en coopération avec des organismes de recherche, sont de plus en plus aptes à identifier et à stopper les campagnes d'influence en ligne. La Russie pourrait donc avoir davantage recours à des sites web dont le contenu est mieux protégé.

Conclusion

Il est clair que depuis sa résurgence en Afrique, la Russie a tenté d'influencer le paysage médiatique et les perceptions sur ce continent. S'appuyant sur des décennies d'expérience en matière de campagnes de propagande, la Russie s'est efforcée de créer des discours médiatiques la représentant comme une alliée, en discréditant les partenaires traditionnels de l'Afrique, comme la France et les États-Unis. Elle peut y parvenir grâce au contrôle intense que le Kremlin exerce sur une grande partie de l'écosystème médiatique de la Russie.

Ces tentatives se sont avérées quelque peu efficaces en Afrique, où les références anti-impérialistes de la Russie trouvent un écho et où la couverture médiatique faite par l'Occident et perçue comme négative sur le sujet du continent (et de la Russie) est un point sensible. Les médias publics russes comme RT, Sputnik et TASS sont des acteurs essentiels. Ils cherchent activement des partenariats avec les médias africains, offrant une formation médiatique aux salles de rédaction. Le Kremlin s'est également bien adapté à l'ère numérique – le contenu en ligne, produit par RT et Sputnik mais publié en français,

48 Dhukan, 'Central African Republic', 7.

49 Huon and Ostrovsky, 'Russia, the New Power'.

50 Collier, 'Facebook Says'.

est devenu populaire en Afrique francophone et soutient l'objectif de la Russie de jeter le trouble sur la légitimité de la présence de la France dans la région. Cela fait également partie de la stratégie plus large de la Russie qui consiste à résister à la démocratie libérale, tout en défendant ses propres intérêts sur le continent.

Les médias sociaux sont un autre moteur des discours russes en Afrique. Les campagnes menées dans plusieurs pays africains présentent deux similitudes importantes : le contenu est créé pour semer la confusion et est donc très partisan et va souvent soutenir le rôle de la Russie sur le continent, tout en dénonçant la présence d'autres acteurs étrangers. Les campagnes sur les médias sociaux incluent de plus en plus d'acteurs locaux, ce qui leur confère une certaine crédibilité et un contexte culturel. Toutefois, les réseaux de médias sociaux et les organismes de recherche sont devenus habiles à identifier les comportements non authentiques. Ceci, s'ajoutant aux faibles niveaux de connectivité sur le continent, pourrait s'avérer être un défi.

Il est important de rappeler que les pays africains ont un pouvoir d'action et choisissent leurs partenaires et leurs appuis, notamment dans l'arène médiatique. Discrediter les autres n'est pas la seule valeur offerte par RT et Sputnik – ils cherchent aussi à rapporter d'autres informations négligées en Afrique en offrant un point de vue différent, ce qui plaît aux États africains.

Dans l'ensemble, les succès et l'incidence de bon nombre de campagnes d'information mentionnées sont sujets à débat. Le cas du Mali montre que l'appui de la Russie, qu'il soit ou non influencé par les contenus en ligne, peut avoir des répercussions dans la pratique. Mais si la Russie a réussi à restaurer son image de véritable puissance dans certaines parties du continent, la popularité des contenus qu'elle sponsorise repose davantage sur leur appropriation par les acteurs africains. Et bien que la Russie continue de promouvoir certains discours pour convaincre les publics africains de sa politique étrangère, elle le fait avec un budget limité et, jusqu'à présent, avec des bénéfices limités.

Auteurs

Cayley Clifford

a rejoint le SAIIA en 2021 en tant que chercheuse au sein du programme de gouvernance et de diplomatie africaines. Elle dirige le projet Russie-Afrique de l'organisation, mais s'intéresse également de près au Mécanisme africain d'évaluation par les pairs. Elle est titulaire d'une maîtrise de première classe en relations internationales de l'université du Witwatersrand.

Steven Gruzd

dirige le programme de gouvernance et de diplomatie africaines au SAIIA. Il a publié de nombreux ouvrages sur la gouvernance et le Mécanisme africain d'évaluation par les pairs, et suit de près l'évolution de la situation politique en Afrique et de la politique étrangère sud-africaine. Il est titulaire d'une maîtrise en relations internationales de la *London School of Economics and Political Science* et d'une licence (avec mention) en relations internationales de l'université du Witwatersrand..

Remerciements

Le SAIIA remercie vivement le bailleur de fonds souhaitant rester anonyme pour le soutien qu'il a apporté à cette publication.

À propos de SAIIA

Le SAIIA est un groupe de réflexion indépendant et non gouvernemental dont les principaux objectifs stratégiques sont d'apporter une contribution efficace aux politiques publiques et d'encourager un débat plus large et mieux informé sur les affaires internationales, en mettant particulièrement l'accent sur les questions et les préoccupations africaines.

Les réflexions politiques du SAIIA sont des articles d'analyse de situation destinés aux décideurs politiques, qu'ils appartiennent au gouvernement ou au monde des affaires. Ils sont conçus pour faire le lien entre les notes d'information sur les politiques et les études spéciales.

Image de couverture

Peter Dazeley via Getty Images

Tous droits réservés. Les droits d'auteur appartiennent au SA Institute of International Affairs et aux auteurs, et ce document ne peut être reproduit en tout ou en partie sans l'autorisation expresse, par écrit, de l'éditeur.

Veillez noter que toutes les devises sont exprimées en dollars américains, sauf indication contraire.



Jan Smuts House, East Campus, University of the Witwatersrand
PO Box 31596, Braamfontein 2017, Johannesburg, South Africa
Tel +27 (0)11 339-2021 · Fax +27 (0)11 339-2154
www.saiia.org.za · info@saiia.org.za