



**Ecole Nationale Supérieure de Journalisme et des
Sciences de l'Information**
Département de : sciences de l'information

La stratégie transnationale d'influence médiatique russe en Algérie

Les réels de la page Facebook RT Arabic Algérie comme cas d'étude

Du 20 Avril_ au 26 Avril 2024

Mémoire de Master en Sciences de l'Information et de la Communication

Spécialité : Géopolitique des médias

Réalisé par :

HAIACHEM Nedjwa

Sous la direction de :

Pr.Benzaoui Abdesselam

Jury : Dr.Hamzaoui Hakim

Président : Dr.Saadoune Nesrine

Encadrant : Pr.Benzaoui Abdesselam

Année universitaire : 2023/2024



المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

قسم: علوم الاعلام

الاستراتيجية العابرة للحدود للتأثير الإعلامي الروسي في الجزائر

فيديوهات ” ريلز“ من صفحة قناة RT العربية في الجزائر كدراسة حالة

خلال الفترة من: 20 أبريل_ إلى 26 أبريل 2024

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: جيوسياسية وسائل الاعلام

تحت إشراف البروفيسور :

بن زاوي عبد السلام

من إعداد الطالبة:

نجوى حياهم

أعضاء لجنة المناقشة:

الرئيس: د. سعدون نسرين

المشرف: بروفيسور بن زاوي عبد السلام

المناقش: د. حمزاوي حكيم

السنة الجامعية: 2024/2023

(قل بفضل الله وبرحمته فبذلك فليفرحوا هو
خير مما يجمعون)

﴿رَبِّ أَوْزَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ
وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ
الصَّالِحِينَ﴾

À ma mère, ma fierté, et à mon père, pour leur soutien indéfectible.

À mes sœurs, et mon frère...

Remerciements

Je rends grâce à Dieu Tout-Puissant,

Merci à mon encadrant Pr. Benzaoui Abdesselam pour son aide à choisir et ajuster le thème de mon mémoire.

Je souhaite également exprimer ma profonde gratitude à toute l'équipe du bureau RT Arabic en Algérie qui m'a accompagné tout au long de mon stage et m'a fourni les informations nécessaires.

Merci infiniment à vous tous.

Résumé :

Après la guerre en Ukraine, la Russie a fait face à des défis majeurs, notamment des sanctions internationales et une censure accrue de ses médias officiels en occident. Pour sortir de cette situation, la Russie a cherché de nouvelles avenues pour diffuser ses contenus, en se tournant notamment vers l'Afrique. Cette démarche a impliqué une stratégie transnationale d'influence médiatique, RT a ainsi établi un bureau régional en Algérie et lancé des pages sur les réseaux sociaux pour toucher le public local. Notre étude se concentre donc sur l'analyse de la page Facebook de RT Arabic Algérie, afin de comprendre comment cette stratégie s'applique spécifiquement au contexte algérien. L'un de ses résultats les plus importants a été le rôle joué par la page dans le renforcement des relations algéro-russes, ainsi que son rôle dans l'information des Algériens sur les événements qui se déroulent à l'intérieur du pays, de sorte qu'elle cherche plutôt à figurer parmi les sources d'information les plus importantes dans l'Algérie et la région du Maghreb.

Mots clés : diplomatie médiatique – stratégie d'influence – réseaux sociaux - Reels

المخلص :

بعد الحرب في أوكرانيا، واجهت روسيا تحديات رئيسية، بما في ذلك العقوبات الدولية وزيادة في الرقابة على وسائل الإعلام الرسمية في الغرب. للخروج من هذا الوضع، سعت روسيا إلى البحث عن طرق جديدة لنشر محتواها، بما في ذلك اللجوء إلى أفريقيا. شملت هذه الجهود استراتيجية عابرة للحدود في التأثير الإعلامي، حيث أنشأت RT مكتبًا إقليميًا في الجزائر وأطلقت صفحات على وسائل التواصل الاجتماعي لاستهداف الجمهور المحلي. تركز دراستنا بالتالي على تحليل صفحة RT عربي الجزائر على فيسبوك، على فهم كيفية تطبيق هذه الاستراتيجية بشكل محدد في السياق الجزائري. وكان من أهم نتائجها الدور الذي تلعبه الصفحة في تعزيز العلاقات الجزائرية الروسية، وكذا دورها في إطلاع الجزائريين على الأحداث التي تجري داخل البلاد، من ذلك أنها تسعى إلى أن تكون من بين أهم مصادر المعلومات في الجزائر ومنطقة المغرب العربي.

الكلمات المفتاحية : الدبلوماسية الإعلامية – استراتيجية التأثير – وسائل التواصل الاجتماعي – الريلز

Resume:

After the war in Ukraine, Russia faced major challenges, including international sanctions and increased censorship of its official media in the West. To address this situation, Russia sought new avenues to disseminate its content, including turning to Africa. These efforts involved a transnational strategy of media influence, with RT establishing a regional office in Algeria and launching social media pages to reach the local audience. Our study therefore focuses on analyzing the Facebook page of RT Arabic Algeria, to understand how this strategy specifically applies to the Algerian context. One of its most important results was the role played by the page in strengthening Algerian-Russian relations, as well as its role in informing Algerians about the events inside the country, so that it seeks instead to be among the most important sources of information in Algeria and the Maghreb region.

Key words : media diplomacy - influence strategy – social media – Reels

Le plan de la recherche :

Introduction

Chapitre 1 : Cadre méthodologique de la recherche

Les questions secondaires

Les hypothèses

Objet de l'étude

L'Approche de la recherche

Outil de la recherche

Communauté de recherche

Echantillon

Les raisons de choisir le sujet

Les études précédentes

La théorie de recherche

Les concepts clés

Chapitre 2 : le contexte de la présence russe en Afrique

1. La Russie : grande puissance stratégique
2. Russie : une puissance médiatique en retour vers l'Afrique
 - 2.1 Un recul de l'Afrique suite à de la chute de l'URSS
 - 2.2 Le sommet Sotchi favorise le retour en Afrique
3. La stratégie d'influence médiatique de la Russie en Afrique
 - 3.1 La diplomatie publique médiatique russe : L'acteur officiel
 - 3.1.1 La restriction en occident et l'expansion en Afrique
 - 3.1.2 Les objectifs de la diplomatie publique médiatique russe
 - 3.2 Les « entrepreneurs d'influence »
 - 3.2.1 Les « grands » entrepreneurs russes :

- 3.2.2 Les entrepreneurs politiques étrangers, européens ou africains,
- 3.2.3 Les entrepreneurs du numérique
- 4. Objectifs de la stratégie médiatique russe en Afrique

Chapitre 3 : l'Algérie et la Russie histoire et relations

- 1. L'Algérie une zone stratégique d'importance
- 2. Relations historiques entre l'Algérie et la Russie
 - 2.1 Les relations pendant la guerre de l'indépendance
 - 2.2 Les relations après l'indépendance

Chapitre 4 : Les médias russes et la vision géopolitique de la Russie

- 1. La chaîne RT ouvre un bureau en Algérie
- 2. Un aperçu du bureau de Russia Today en Algérie
- 3. La page Facebook RT Arabic Algérie
- 4. Analyse de contenu de la page Facebook RT Arabic Algérie

Chapitre 5 : Discussion des résultats

Discussion des résultats

Discussion des hypothèses

Conclusion

Bibliographie

Liste des annexes

Table des matières :

Introduction

Chapitre 1 : Cadre méthodologique de la recherche

Les questions secondaires	4
Les hypothèses	4
Objet de l'étude	4
L'Approche de la recherche.....	5
Outil de la recherche.....	5
Communauté de recherche	7
Echantillon.....	7
Les raisons de choisir le sujet	7
Les études précédentes	8
La théorie de recherche.....	9
Les concepts clés	10

Chapitre 2 : le contexte de la présence russe en Afrique

1. La Russie : grande puissance stratégique.....	13
2. Russie : une puissance médiatique en retour vers l'Afrique.....	13
2.1 Un recul de l'Afrique suite à de la chute de l'URSS.....	13
2.2 Le sommet Sotchi favorise le retour en Afrique.....	14
3. La stratégie d'influence médiatique de la Russie en Afrique.....	14
3.1 La diplomatie publique médiatique russe : L'acteur officiel.....	14

3.1.1	La restriction en occident et l'expansion en Afrique	16
3.1.2	Les objectifs de la diplomatie publique médiatique russe	16
3.2	Les « entrepreneurs d'influence ».....	17
3.2.1	Les « grands » entrepreneurs russes	17
3.2.2	Les entrepreneurs politiques étrangers, européens ou africains,.....	18
3.2.3	Les entrepreneurs du numérique.....	18
4.	Objectifs de la stratégie médiatique russe en Afrique.....	19

Chapitre 3 : l'Algérie et la Russie histoire et relations

1.	L'Algérie une zone stratégique d'importance.....	22
2.	Relations historiques entre l'Algérie et la Russie.....	23
2.1	Les relations pendant la guerre de l'indépendance	23
2.2	Les relations après l'indépendance.....	24

Chapitre 4 : Les médias russes et la vision géopolitique de la Russie

1.	La chaîne RT ouvre un bureau en Algérie	26
2.	Un aperçu du bureau de Russia Today en Algérie	26
3.	La page Facebook RT Arabic Algérie	28
4.	Analyse de contenu de la page Facebook RT Arabic Algérie.....	28

Chapitre 5 : Discussion des résultats

	Discussion des résultats.....	53
	Discussion des hypothèses.....	55
	Conclusion	57
	Bibliographie	58

Liste des annexes.....63

Liste des tableaux

Tableau 01 : langue utilisée dans les Reels de la page Facebook RT Algérie du 20 au 26 Avril 2024.....33

Tableau 02 : Format des Reels partagés sur la page Facebook RT Arabic Algérie34

Tableau 03 : Format de publication des Reels sur la page RT Arabic Algérie36

Tableau 04 : Les sujets des Reels diffusés sur la page Facebook RT Arabic Algérie37

Tableau 05 : Les sujets des Reels diffusés sur la page Facebook RT Arabic Algérie traitant l'actualité algérienne39

Tableau 06 : La source des informations du contenu des Reels partagés sur la page Facebook RT Arabic Algérie41

Tableau 07 : La cible d'influence de la page RT Arabic Algérie43

Tableau 08 : Les nombres de likes des Reels partagés sur la page Facebook RT Arabic Algérie44

Tableau 09 : Le nombre de commentaires sur les Reels de la page Facebook RT Arabic Algérie45

Tableau 10 : le nombre de partages des Reels partagés sur la page facebook RT Arabic Algérie46

Tableau 11 : Les sujets les plus engagés sur les Reels de la page Facebook RT Arabic48

Tableau 12 : Les objectifs des Reels partagés sur la page Facebook RT Arabic Algérie53

Introduction :

La dynamique des relations internationales au cours du 21^{ème} siècle a subi une profonde mutation et suscite un intérêt croissant. Les structures, les doctrines et les fondements institutionnels ont été remaniés, avec l'émergence de nouveaux acteurs et la redistribution du pouvoir. La Russie a joué un rôle crucial dans cette transition stratégique, consolidant sa position en tant qu'acteur majeur capable d'influencer les dynamiques régionales et mondiales. L'invasion de l'Ukraine par la Russie en 2022 a créé une onde de choc à l'échelle globale. Elle a également eu des répercussions de plusieurs ordres en Afrique, notamment une intensification de la concurrence entre les grandes puissances, des tentatives d'influer sur l'opinion publique africaine et des pénuries directement liées à la guerre.

À bien des égards, l'Afrique est devenue une nouvelle arène de négociation de la Russie par le jeu de pressions pour condamner Moscou et adhérer aux régimes de sanctions. La Russie, cherche depuis quelques années à accroître son empreinte sur le continent. Cette démarche a abouti au premier sommet Russie-Afrique, organisé à Sotchi en 2019. La Russie, dans ce contexte, a adopté une stratégie visant à renforcer son influence aux dépens des institutions internationales occidentales, cherchant à redéfinir les normes et les règles du jeu mondial. Elle cherche à consolider ses positions en renforçant ses alliances et en développant des partenariats économiques et sécuritaires, mais elle se trouve également confrontée à des résistances et à des contre-pressions de la part des puissances régionales et des acteurs internationaux.

Dans le contexte de cette situation, les relations russo-algériennes ont connu une intensification significative avec l'évolution des dynamiques internationales, marquée par un engagement accru et des intérêts convergents. Les récentes évolutions régionales et mondiales ont amplifié les défis et les opportunités pour les deux pays, les poussant à réévaluer leur positionnement stratégique et à redéfinir leur partenariat dans un contexte en mutation permanente.

Les liens entre l'Algérie et la Russie ne se sont pas simplement limités à ces aspects, mais ont également abouti à un élargissement significatif des échanges médiatiques entre les deux pays. En effet, l'influence d'un État peut être exercée de manière plus efficace à travers les médias que par la puissance militaire, mettant ainsi en lumière l'importance de la diplomatie publique médiatique. Notamment, après le conflit en Ukraine, les médias russes, en particulier la chaîne RT et ses affiliés, ont subi des changements majeurs. Confrontée à des interdictions et à une censure dans de nombreux pays occidentaux, RT a cherché de nouveaux marchés. Elle s'est tournée vers l'Afrique, où elle est devenue l'une des sources d'information les plus fiables pour

le public en Afrique subsaharienne. Dans le cadre de cette stratégie de développement, RT a établi un bureau régional en Algérie pour mieux répondre aux attentes du public de cette région.

La chaîne RT Arabic a rapidement trouvé son public en Algérie en lançant des pages spécialisées sur les réseaux sociaux dédiées à l'actualité algérienne et internationale. La stratégie de RT Arabic en Algérie semble être axée sur une présence locale forte et une utilisation efficace des réseaux sociaux : la page Facebook RT Arabic Algérie a atteint plus de 600 000 abonnés en moins d'un an, soulignant ainsi une approche bien organisée et étudiée pour atteindre son public cible. Cette situation soulève notre intérêt d'analyser la stratégie de publication des informations et leur capacité à atteindre de nouvelles audiences ce qui nous a fournis des insights intéressants sur les objectifs de la diplomatie publique médiatique russe dans la région. À partir de là, nous nous posons la question suivante :

La problématique : Comment la Russie utilise les réseaux sociaux à l'instar de Facebook dans sa politique d'influence médiatique en Algérie ?

CHAPITRE I : Cadre méthodologique de la recherche

Les questions secondaires :

Depuis ces dernières années, la culture traditionnelle et les grands médias sont mis en évidence par la Russie pour promouvoir son « soft power ». Ses efforts, notamment en Afrique, ce qui suscite l'intérêt au sujet de l'influence douce et l'ambition médiatique. Comment la Russie veut se propager en Afrique à travers l'usage des médias ?

Quelle est la stratégie d'influence médiatique de la Russie en Afrique ?

Quel est le rôle de la chaîne RT en Algérie ?

Les hypothèses :

La Russie possède une stratégie transnationale d'influence médiatique à travers l'usage de ses médias officiels qui travaillent à promouvoir son image pour se propager et influencer l'opinion publique en Algérie en mettant en avant des thèmes et des perspectives alignés avec les intérêts géopolitiques russes.

La page propose des récits alternatifs qui remettent en question les discours dominants de l'Occident en offrant des perspectives différentes sur les événements internationaux et régionaux.

RT Arabic en Algérie diversifie ses contenus en utilisant des réels pour toucher différents segments de la population, notamment les jeunes, en combinant actualités, divertissement et sujets sociaux pour maximiser l'engagement et l'influence.

Les reels permettent à RT Arabic d'être plus réactive aux événements actuels, en diffusant rapidement des informations et des analyses, ce qui peut renforcer la perception de la chaîne comme une source d'information rapide et fiable.

Objet d'étude :

L'objet de recherche représente la matière, la substance ou le sujet que le chercheur désire étudier. Notre recherche se concentre sur une page spécifique, à savoir la page Facebook RTArabic Algérie liée à la chaîne d'information RT et vise à analyser ses contenus audiovisuels 'Reels', comment elle choisit le contenu à diffuser et les intérêts du choix des sujets et connaître la stratégie d'influence médiatique de la page pour attirer plus de public et connaître la cible.

Cette étude également examine les effets des Reels de la page notamment en ce qui concerne les liens sociaux, l'identité culturelle en Algérie.

L'Approche de la recherche :

Approche qualitative :

Dans l'approche qualitative d'investigation, le chercheur part d'une situation concrète comportant un phénomène particulier intéressant et ambitionne de comprendre le phénomène et non de démontrer, de prouver, de contrôler quoi que ce soit. Il veut donner sens au phénomène à travers ou au-delà de l'observation, de la description, de l'interprétation et de l'appréciation du milieu et du phénomène tels qu'ils se présentent. L'intention (but, objectif) de la recherche est de reconnaître, de nommer, de découvrir, de décrire les variables et les relations découvertes, et par-là, de comprendre une réalité humaine ou sociale complexe et mal connue. La recherche qualitative en sciences humaines et sociales a comme but premier de comprendre des phénomènes sociaux (des groupes d'individus, des situations sociales, des représentations...). Comprendre, c'est en produire les sens. Il s'agit, selon la tradition de recherche influencée par les travaux de Dilthey, de rendre compte de la réalité sociale telle qu'elle est vraiment vécue et perçue par les sujets ou telle qu'elle se déroule dans les institutions.¹

Outil de recherche :

Il existe de nombreux outils de recherche pour arriver à des résultats exactes et des données précises, dans le cas de notre recherche, on a choisi l'enquête par **analyse de contenu** qu'on va effectuer sur la page Facebook RT Arabic Algérie.

L'analyse du contenu :

On peut citer la définition de Laurence Bardin : « L'analyse de contenu apparaît comme un ensemble de techniques d'analyse des communications utilisant des procédures systématiques

¹ Paul N'DA, Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines : Réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article (Paris : L'Harmattan, 2015), p. 22.

et objectives de description du contenu des messages, à obtenir des indicateurs quantitatifs et/ou qualitatifs permettant l'inférence de connaissances relatives aux conditions de production (et de réception) de ces messages ».²

L'entretien :

L'entretien est une technique de collecte, qui vise à recueillir des données (ressentis, récits, témoignages...) dans le but de les analyser... Il s'inscrit dans une démarche préparée, dans un Projet de recherche, et obéit à des règles relativement rigoureuses. Cette méthode est largement utilisée en sciences humaines. Elle permet d'aborder le niveau des attitudes, et des représentations. L'entretien de recherche est particulier, il se distingue d'autres types d'entretien.³

Pour le cas de notre recherche nous avons effectué des entretiens avec :

Bilal Zaouche, responsable du design et de la publication sur les réseaux sociaux du bureau RT en Algérie, par Nedjwa Haiahem, 6 mai 2024, entretien en personne sur la stratégie de publication de la page Facebook RT arabic Algérie. Voir Annexe 01.

Hassan Merabet, journaliste au bureau RT Arabic en Algérie, par Nedjwa Haiahem, 15 mai, 2024 entretien en personne sur la stratégie médiatique de la rédaction sur la page Facebook RT Arabic Algérie. Voir Annexe 02.

Nidhal Djireb, infographe au bureau RT Arabic en Algérie, par Nedjwa Haiahem, le 16 mai, 2024, entretien en personne sur l'utilisation de la musique dans les reels de la page Facebook RT Arabic Algérie. Voir Annexe 03.

² Patrick VANTOMME, "L'ANALYSE DE CONTENU" SEMINAIRES ET COURS DE METHODOLOGIES DE RECHERCHE, consulté sur <http://www.lereservoir.eu/PDF/PV/COURS/CADRES/BALISE%20PHI.pdf>, le 09/04/2024.

³ JOVIC, Ljiljana. "MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE: L'entretien de recherche." Diplôme d'Études Approfondies (D.E.A.) en Sociologie. [s.d.]. Disponible sur : <http://promothee2004.free.fr/Documents/L%27entretienmethodo.pdf>.

Communauté de recherche :

La page Facebook du bureau de la chaîne d'information RT qui opère en Algérie, représente la communauté de recherche que nous examinons dans cette étude.

Echantillon :

Afin de sortir avec des résultats sur la stratégie transnationale d'influence des médias russes, et pour sélectionner notre échantillon, nous avons opté pour une approche non aléatoire nous avons choisi de nous concentrer sur une population spécifique, représentée par la page Facebook RT Arabic Algérie. Notre objectif est d'analyser les Reels diffusés par cette page, en particulier ceux publiés pendant la période du 20 au 26 avril 2024.

Nous avons délibérément limité notre analyse à une durée de 7 jours en raison de l'activité intense de la page Facebook, qui compte 102 Reels pendant cette période sans prendre en compte les vidéos ordinaires et les publications. Cela nous permet d'examiner les tendances et les évolutions au fil du temps dans les Reels de la page Facebook "RT Arabic Algérie" pendant la période étudiée. Cette fenêtre de temps est jugée adéquate pour atteindre nos objectifs de recherche.

Les raisons de choisir le sujet

L'importance du thème choisis dans notre spécialité de la géopolitique des médias : le sujet revêt une importance capitale, surtout le cas de la Russie qui se positionne en tant que acteur important dans ce domaine et exerce une influence géopolitique significative.

La forte audience de la chaine RT en Algérie : Un grand pourcentage de la population algérienne se tourne principalement vers RT, surtout sur Facebook, où se concentre la majorité des utilisateurs dans le pays.

La position internationale des médias russes et leur influence : Les médias russes sont très suivis, en particulier en Afrique, où la Russie souhaite investir davantage.

Les études précédentes :

La première :

Maxime Audinet, et Kévin Limonier, "Le dispositif d'influence informationnelle de la Russie en Afrique subsaharienne francophone : un écosystème flexible et composite," Questions de communication Q 2022/1 (n° 41) :129-148. Éditions de l'Université de Lorraine, consulté sur Cairn.info le 1 mars 2024 (mis en ligne le 20/10/2022), URL : <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2022-1-page-129.htm?contenu=article>.

Le sommet de Sotchi d'octobre 2019 a matérialisé le retour en force amorcé ces dernières années par la Russie en Afrique. Cet article se propose d'en étudier l'une des facettes, en explorant la manière dont le dispositif d'influence informationnelle mis en place par Moscou se déploie en Afrique subsaharienne francophone. Trois types d'acteurs sont identifiés y compris les réseaux RT et Sputnik, instruments d'une diplomatie publique médiatique russe en expansion dans la région.

La deuxième :

Affagnon, Qemal. "Russia in Africa : Power Ambition and Strategic Media Hubs." European Scientific Journal 18, no. 12 (April 2022)

Depuis le début des années 2000, la Russie a lancé une politique de rapprochement afin de retrouver son statut d'alliée auprès de l'Afrique. Dans un contexte de visibilité accrue, ce travail porte sur l'influence médiatique russe qui tente de se projeter sur de nouveaux territoires. En Afrique, cette stratégie est portée par une myriade de sites, mais les deux figures de proue de cette offensive sont RT et Sputnik. Le présent article s'attache à expliquer les conditions d'émergence et le positionnement de ces médias. Cette recherche essaie aussi de mettre en lumière, les motifs géopolitiques et économiques qui font de l'Afrique, un terrain propice dans le champ de l'information internationale.

La théorie de recherche :

La théorie de l'Agenda Setting La théorie de l'agenda setting est une théorie qui discute de la manière dont les médias de masse influent sur la mise en avant d'un certain sujet en tant qu'agenda public. L'agenda public est le principal sujet ou problème sur lequel les membres de la société ou le public se préoccupent. Le terme "théorie de l'agenda setting" est utilisé pour la première fois par McCombs et Shaw (1972). Cette théorie élabore la connexion en termes de relations entre l'accent mis par les médias de masse sur un sujet et la réaction du public ou les attributs à ce sujet.

La théorie de l'agenda setting commence par expliquer comment les médias de masse influent sur le changement de comportement politique pendant les élections (Cohen : 1963). Par la suite, la théorie a inspiré et développé des centaines d'explorations ultérieures sur la manière dont les médias de masse préparent et encadrent les problèmes pour leur public. Non seulement limitée à cela, la discussion couvre également la manière dont les médias de masse colorent un événement particulier pour leur public. Par conséquent, les médias de masse peuvent être considérés comme responsables de l'influence et de la formation de l'opinion publique et de l'agenda. Cette influence des médias de masse sur l'agenda ou l'opinion publique peut se produire intentionnellement ou non intentionnellement⁴

⁴ Mohd Zain, N. R. (janvier 2014). Agenda Setting Theory. ResearchGate. Consulté le 20/05/2023(pp. 4-5), de : https://www.researchgate.net/publication/321698436_Agenda_Setting_Theory/link/5a2b818d0f7e9b63e538dab7/download?tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19

Les concepts clés :**Qu'est-ce qu'une stratégie transnationale d'influence ?**

Une stratégie transnationale d'influence peut être définie comme étant la planification de données **informationnelles**, humaines, cognitives et financières dans le but **d'orienter** l'environnement en fonction de ses **intérêts**.

Une telle stratégie repose plus exactement sur deux leviers clefs : les relations publiques et le lobbying. Le premier a pour objet d'orienter l'échiquier psycho-cognitif (attitude et comportement des parties prenantes) et le second vise à domestiquer l'échiquier technico-normatif (ensemble des règles, des normes et des lois qui encadrent le marché). La combinaison des deux leviers doit ainsi permettre à l'entreprise d'atteindre les objectifs qu'elle s'est fixés dans les meilleures conditions politiques, financières et temporelles.⁵

Qu'est-ce que la diplomatie médiatique ?

Désigne les « efforts planifiés d'un gouvernement pour influencer une opinion publique étrangère à travers des canaux médiatiques dans le but de susciter une adhésion à ses objectifs de politique étrangère ».⁶

En général, on pense que les médias et la diplomatie sont deux types de communication différents qui empruntent des chemins différents. La diplomatie implique des pourparlers confidentiels entre les pays par le biais de canaux formels, d'annonces et d'attitudes, tandis que les médias informent le grand public des développements mondiaux. La diplomatie médiatique fait référence au rôle des médias dans les relations internationales et les communications internationales. La diplomatie médiatique s'intéresse à la manière dont les médias établissent des liens entre les décideurs politiques et les gouvernements et les peuples étrangers. Il s'agit notamment des médias en tant que canal de transmission du récit diplomatique d'un acteur étatique à un autre et permettant au public d'atteindre des objectifs particuliers. Elle est

⁵ François, Ludovic. "Réussir votre stratégie d'influence en 8 étapes." Harvard Business Review France, publié le 16 août 2023. Consulté le 10/03/2024. URL : <https://www.hbrfrance.fr/chroniques-experts/2016/08/11680-strategie-dinfluence-un-plan-dattaque-en-8-etapes/>.

⁶ Maxime Audinet, et Kévin Limonier, "Le dispositif d'influence informationnelle de la Russie en Afrique subsaharienne francophone : un écosystème flexible et composite," Questions de communication Q 2022/1 (n° 41) :129-148. Éditions de l'Université de Lorraine, consulté sur Cairn.info le 1 mars 2024 (mis en ligne le 20/10/2022), URL : <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2022-1-page-129.htm?contenu=article>.

également définie comme l'utilisation politique des médias pour communiquer des messages et des attitudes aux acteurs internationaux étatiques et non étatiques afin de forger un accord.⁷

Qu'est-ce que sont les Reels ?

Les Reels sont un nouveau format permettant de créer des courtes ou longues vidéos verticales accompagnées d'une musique. Ces publications répondent à quelques règles simples et de très nombreuses fonctionnalités.⁸

⁷ Oleksandra Mamchii, "The Role of Media In Carrying Out Diplomacy In 2024," BEST DIPLOMATS, 25 mai 2023, consulté le 5 avril 2024, <https://bestdiplomats.org/role-of-media-in-diplomacy/>.

⁸ "Tout savoir sur les Reels Instagram", Your Comics, <https://your-comics.com/reels-instagram/> (consulté le 9 mai 2024).

CHAPITRE II : le contexte de la présence russe en Afrique

1. La Russie : grande puissance stratégique

Aujourd'hui, trois documents fondateurs contribuent à préciser les lignes directrices qui sous-tendent la pensée stratégique russe en général : le concept de sécurité nationale de décembre 2015, où le président Poutine a signé la nouvelle Stratégie de sécurité nationale. Ce texte apporte des éclairages sur comment la Russie, dont la situation interne fragilisée contraste avec l'assurance diplomatique et militaire exprimée par Moscou sur la scène internationale, entend gérer cette contradiction apparente et éviter le déclassement stratégique que beaucoup lui prédisent, le concept de politique étrangère de 2013 révisé en 2016 ainsi que la doctrine militaire de décembre 2014. Elles dessinent la conception russe de la notion d'influence au niveau politique et militaire, définissent le concept de la « guerre de l'information » et de la « guerre irrégulière », dressent la perception et la hiérarchie des menaces. Ces documents officiels forment des lignes directrices ambitieuses pour la politique étrangère russe tout en n'occultant pas les moyens limités dont elle dispose.

Plusieurs points méritent d'être cités : l'importance vitale du voisinage immédiat (Biélorussie, Ukraine, Caucase, Asie centrale), cet étranger proche cher à Moscou, la lutte contre le terrorisme international, les relations avec États-Unis, le partenariat avec l'Otan (Conseil Otan-Russie) et l'Union européenne, la lutte contre la prolifération nucléaire, chimique et bactériologique, le suivi des organisations de coopération régionales (Association des Nations du Sud-Est asiatique ou ASEAN, Organisation de coopération islamique ou OCI), la relance de la coopération avec le continent africain. Dans un espace intellectuel et politique dominé par le soviétisme, on comprend que « la base méthodologique de la géographie politique et militaire, comme de toute science soviétique est le marxisme- léninisme. »⁹

2. Russie : une puissance médiatique en retour vers l'Afrique

2.1 Un recul de l'Afrique suite à de la chute de l'URSS :

Vers la fin des années 1930, le moyen le plus adéquat pour approcher les masses était la radio. Durant cette époque, la radio internationale soviétique était diffusée dans 13 langues du monde, à l'exception de l'Afrique. Quelques décennies plus tard, les populations africaines furent en mesure de capter les ondes russes. Ce succès, est lié à deux facteurs. D'une part, la progression rapide du taux d'équipement en poste transistor durant ces années. D'autre part, la puissance

⁹ Malcolm Pinel, "La pensée stratégique russe : résurgence de la tradition militaire soviétique ?" Revue Défense Nationale (RDN), Tribune n° 1030, 26 juillet 2018, pages 3-4.

des transmetteurs de radiodiffusion. C'est pour cette raison que l'URSS fut ainsi le premier pays au monde à commencer à émettre en langues étrangères. Cette situation laissait par ailleurs entrevoir une victoire dans le rapport international des forces de l'époque et s'épandre en plusieurs coins du monde y compris l'Afrique. Malgré des débuts prometteurs, la puissance médiatique de la Russie va toutefois s'éteindre par la suite. La Russie a désengagé brutalement de l'Afrique à cause de la chute de l'URSS, et donc la puissance médiatique de la Russie va toutefois s'éteindre par la suite. En effet les relations de la Russie avec la plupart des pays africains seront quasiment interrompues au tournant des années quatre-vingt-dix. Comme plusieurs auteurs estiment que durant les années quatre-vingt, les dirigeants soviétiques étaient inquiets du coût lié au maintien de leur aide économique et militaire à des alliés instables.¹⁰

2.2 Le sommet Sotchi favorise le retour en Afrique

À partir de la fin 2014, la relance de la politique russe en Afrique, connaîtra un regain d'intérêt. En octobre 2019, le sommet Russie-Afrique de Sotchi, a matérialisé le retour en force. L'Afrique occupait jusqu'alors une place marginale dans les doctrines russes de politique étrangère, et les capacités institutionnelles de l'influence russe (instituts culturels, médias internationaux, réseaux diasporiques) y étaient parmi les moins développées du monde. À Sotchi, Moscou s'est affiché sous deux facettes aux yeux des quarante-trois dirigeants africains présents : d'un côté, celle d'un partenaire économique et un prestataire de sécurité pragmatique ; de l'autre, celle d'un défenseur des souverainetés et d'un rempart contre les ingérences des anciennes puissances coloniales et des États-Unis. Ce volontarisme a rapidement débordé dans l'espace informationnel et numérique, progressivement investi par plusieurs types d'acteurs russes.¹¹

3. La stratégie d'influence informationnelle de la Russie en Afrique

3.1 La diplomatie publique médiatique russe : RT et Sputnik ses acteurs officiels

Le développement de la diplomatie publique russe s'inscrit dans une dynamique de riposte, qui puise ses origines au milieu des années 2000, à la suite des « révolutions de couleurs » survenues en Géorgie, en Ukraine et au Kirghizstan. Le Kremlin prend conscience de la nécessité de

¹⁰ Qemal, Affagnon. "Russia in Africa : Power Ambition and Strategic Media Hubs." *European Scientific Journal* 18, no. 12 (April 2022)

¹¹ Audinet Maxime, et Kévin Limonier, "Le dispositif d'influence informationnelle de la Russie en Afrique subsaharienne francophone : un écosystème flexible et composite," *Questions de communication* Q 2022/1 (n° 41) :129-148. Éditions de l'Université de Lorraine, consulté sur Cairn.info le 1 mars 2024 (mis en ligne le 20/10/2022), URL : <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2022-1-page-129.htm?contenu=article>

reconsidérer sa politique étrangère, afin de répondre à une situation instable qu'il perçoit comme aiguillonnée par les États-Unis et l'Union européenne, soucieux d'étendre leur influence dans « l'étranger proche » de la Russie.¹² Depuis la fin des années 2000, la Russie a repris position sur le continent africain. L'État russe en a profité pour faire de la diplomatie médiatique, un maillon essentiel de sa nouvelle politique étrangère

Au cours de la décennie 2004-2014, la politique étrangère russe s'enrichit d'un dispositif de diplomatie publique visant à renforcer les capacités de soft power de la Russie et rétablir son influence à l'échelle régionale et globale. Ses acteurs officiels se sont la chaîne internationale d'information en continu RT et l'agence médiatique Sputnik

a) La chaîne RT :

Le groupe RT a été lancé en décembre 2005, à l'initiative de Mikhaïl Lesin, ancien ministre de la Communication de Vladimir Poutine. La chaîne RT (ex-Russia Today) est aujourd'hui un acteur de premier plan de l'espace médiatique international, et l'un des acteurs officiels de sa diplomatie publique médiatique avec un réseau de sept chaînes et six sites d'information en anglais, arabe, français, espagnol, allemand et russe. En parallèle à son évolution en Afrique, cette chaîne semble nourrir de grandes ambitions et tente de se positionner parmi les grands acteurs de l'espace médiatique africain

b) Sputnik :

Sputnik est une agence d'information proposant des fils d'actualités en plus de 30 langues dont l'anglais, l'espagnol, le français, l'arabe et le chinois., Comme RT, l'agence Sputnik est un acteur du premier plan de la diplomatie publique médiatique russe, son siège est à Moscou. Les bureaux régionaux sont situés dans les principales régions et pays à travers le monde, notamment, en Afrique à l'instar de son bureau en Égypte (Le Caire). La marque Sputnik a été lancée le 10 novembre 2014 par le groupe de médias russes Rossiya Segodnya. L'agence d'information internationale RIA Novosti et la radio La Voix de la Russie, qui ont été restructurées en 2013, sont les prédécesseurs de l'agence Sputnik.¹³

¹² Maxime Audinet, "Quel soft power pour la Russie ?," Focus. Les Grands Dossiers de Diplomatie n° 40 Affaires stratégiques et relations internationales (Aout - Septembre 2017): 48-49.

¹³ Sputnik Afrique. (s.d). Qui sommes-nous ? Récupéré sur https://fr.sputniknews.africa/docs/qui_sommes_nous.html

3.1.1 La restriction en occident et l'expansion en Afrique :

Depuis l'invasion de l'Ukraine par la Russie le 24 février 2022, les deux réseaux russes ont été suspendus au sein de l'Union européenne dans le cadre des « mesures restrictives » destinées à affaiblir les capacités informationnelles de l'État russe. Parallèlement à leur perte de vitesse dans les pays occidentaux, La suspension de RT et Sputnik au sein de l'Union européenne et la chute de leurs audiences ont bouleversé les équilibres et changé la donne. Cette restructuration représente même un enjeu de survie face à la chute drastique du nombre des visites, estimée en millions par mois juste avant l'invasion de l'Ukraine, à moins d'un million six mois plus tard.

L'Afrique et son immense bassin d'audience constituent un nouveau « débouché » de choix pour ces médias. L'empreinte de RT et Sputnik croît ces dernières années en Afrique, alors qu'elles n'étaient auparavant que marginalement ciblées par les deux réseaux russes. Sur les vingt-cinq bureaux étrangers que comptait RT en 2020, aucun n'était situé dans cette région. Son seul bureau africain est au Caire. RT a annoncé dans un premier temps, début février 2022, l'ouverture d'un nouveau bureau de correspondance à Nairobi et d'autres bureaux dans d'autres pays africains. Sputnik France a de son côté fait peau neuve sous un nouveau nom, Sputnik Afrique. La version francophone de Sputnik choisit donc d'internationaliser son identité éditoriale, en mettant l'accent sur les actualités de l'ensemble du continent africain¹⁴.

Depuis 2018, RT et Sputnik cherchent néanmoins à étendre leur réseau en Afrique et semblent y jouer au regard du niveau de leurs intervenants africains, d'une réputation nettement meilleure que dans les pays occidentaux

3.1.2 Les objectifs de la diplomatie publique médiatique russe :

En amont du sommet de Sotchi, la rédaction de Sputnik France a recruté, en proposant des conditions financières avantageuses, une douzaine de correspondants et journalistes free-lance africains pour améliorer sa couverture au Maghreb, en Afrique de l'Ouest et en Afrique centrale. Avec l'encouragement des autorités russes, Sputnik a signé en parallèle plusieurs accords de

¹⁴ Audinet Maxime, et Kévin Limonier, "Le dispositif d'influence informationnelle de la Russie en Afrique subsaharienne francophone : un écosystème flexible et composite," Questions de communication Q 2022/1 (n° 41) :129-148. Éditions de l'Université de Lorraine, consulté sur Cairn.info le 1 mars 2024 (mis en ligne le 20/10/2022), URL : <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2022-1-page-129.htm?contenu=article>

coopération avec des médias d’Afrique. Ces accords visent à favoriser la formation de journalistes et les échanges de contenus : comme RT, Sputnik n’a pas besoin de paywall pour se financer et encourage la reprise de ses contenus libres de droits (voir infra). Leurs programmes de formation, RT School et Sputnik Pro, ont reçu aussi de nombreux journalistes africains lors de leurs dernières éditions.

« Alternatifs » aux médias occidentaux

RT et Sputnik affichent ouvertement une posture « **alternative** » dans l’espace médiatique international, en se disant opposés aux « médias dominants » (mainstream media), à la norme démocratique libérale et à l’interventionnisme occidental considéré comme une entité indifférenciée dominée par la puissance américaine, en particulier via l’Alliance atlantique. Bien que toujours compatible avec le discours officiel et mise au service de l’État russe et de sa politique étrangère, cette ligne se traduit généralement par une véritable élasticité éditoriale et un effort d’adaptation aux publics ciblés.

Un monde multipolaire

Pour RT et Sputnik ça consiste à promouvoir les principes géopolitiques et idéologiques du multilatéralisme, du souverainisme et du conservatisme, 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 pays ». La critique d’un ordre unilatéral dominé par les États-Unis est un thème récurrent des canaux de RT et Sputnik. RT et Sputnik, en particulier via l’activité numérique 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.¹⁵

3.2 Les « entrepreneurs d’influence »

3.2.1 Les « grands » entrepreneurs russes :

¹⁵ 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.

Moins visible, agit pour le compte d'entrepreneurs privés qui entretiennent des liens étroits avec le pouvoir, sans que l'on connaisse leur réel degré d'autonomie, et servent indirectement l'agenda officiel. C'est le cas du réseau d'entités constituant la « galaxie Prigojine », du nom du sponsor de la société militaire privée Wagner, déployée dans plusieurs pays africains et dont les actions représentent l'un des principaux marqueurs du réengagement de la Russie sur le continent.¹⁶

3.2.2 Les entrepreneurs politiques étrangers, européens ou africains

Cherchent à capitaliser sur la présence rehaussée de la Russie dans la région pour appuyer leurs propres agendas militants ou idéologiques à l'échelon régional. Ces figures peuvent être liées ou non à des entrepreneurs du premier cercle. L'activiste franco-béninois Kemi Seba, connu pour ses positions extrémistes, a ainsi obtenu le soutien d'une fondation du réseau Prigojine pour amplifier la diffusion de son discours hostile à la présence française en Afrique. D'autres semblent ne pas entretenir de relations directes avec les grands entrepreneurs russes, à l'image de Luc Michel, un nationaliste belge et soutien ardent de la politique russe en Afrique. À travers un réseau d'une dizaine de sites, L. Michel diffuse des publications hostiles à « l'impérialisme occidental » et semble vivre, du moins médiatiquement, de cette position.

3.2.3 Les entrepreneurs du numérique

Des acteurs sans aucun lien direct ou indirect avec Moscou. Il s'agit pour l'essentiel qui, parce qu'ils trouvent un intérêt financier à diffuser une parole russe sur le continent, constituent des relais d'influence « malgré eux ». Il ne s'agit donc pas d'entrepreneurs d'influence au sens plein du terme, puisque leur accompagnement du retour de la puissance russe n'est pas intentionnel. C'est le cas d'un large éventail de sites africains, qui semblent avoir fait de la réplique des contenus russes en français un véritable modèle économique. Ces organismes s'efforcent aussi de maximiser la diffusion de leurs contenus sur les réseaux sociaux ; certains créent même leurs propres réseaux de propagation pour capter davantage d'audience, et donc générer des revenus. Plusieurs réseaux de ce type ont été découverts en Afrique francophone, sans qu'un lien avec

¹⁶ Audinet Maxime, et Kévin Limonier, "Le dispositif d'influence informationnelle de la Russie en Afrique subsaharienne francophone : un écosystème flexible et composite," Questions de communication Q 2022/1 (n° 41) :129-148. Éditions de l'Université de Lorraine, consulté sur Cairn.info le 1 mars 2024 (mis en ligne le 20/10/2022), URL : <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2022-1-page-129.htm?contenu=article>

des intérêts russes n'ait pu être démontré. C'est le cas du réseau « Africa24 », qui regroupait à son apogée une dizaine d'autres sites aux noms évocateurs¹⁷.

L'Afrique fait aujourd'hui figure de véritable « paradis » pour ces entrepreneurs. Les conditions y sont très favorables : la Russie y jouit d'une image globalement positive héritée de la politique anticoloniale soviétique ; l'organisation des espaces informationnels numériques africains, structurés autour des réseaux sociaux et de leurs algorithmes, ainsi que la place centrale qu'y jouent les radios, permettent une diffusion massive de contenus à moindres frais par le développement d'alternatives à l'offre de presse locale.¹⁸

4. Objectifs de la stratégie transnationale de la Russie en Afrique

L'expansion de la diplomatie publique médiatique russe en Afrique : qui accompagne le réengagement de la Russie sur le continent, se traduit par un accroissement progressif du volume de contenus produits, notamment depuis le sommet de Sotchi. En 2020, l'audiovisuel extérieur russe a reçu plus de 420 millions d'euros du budget fédéral russe, soit 34 % des subventions publiques accordées aux médias.

La perception de la Russie n'est toutefois pas née spontanément : elle est le fruit, au moins en partie, d'une vaste campagne d'information de la part de Moscou. Les acteurs russes ont utilisé les médias traditionnels et en ligne pour présenter la Russie comme l'héritière naturelle de l'Union soviétique et de ses efforts en faveur de l'Afrique. Elle a ainsi réussi à monopoliser ce rôle. La Russie se présente comme une guerre défensive contre les puissances qui ont colonisé l'Afrique et/ou qui chercheraient à maintenir le continent sous l'emprise de l'Occident. L'exemple du Mali montre à quel point les campagnes d'information russes peuvent être efficaces, tant auprès des régimes que de la population. Lorsque la France a annoncé son retrait, les dirigeants du gouvernement militaire maliens ont explicitement remercié Poutine pour son respect de la souveraineté du pays (contrairement à la France et à l'Occident). Et lorsque les

¹⁷ Audinet Maxime, et Kévin Limonier, "Le dispositif d'influence informationnelle de la Russie en Afrique subsaharienne francophone : un écosystème flexible et composite," Questions de communication Q 2022/1 (n° 41) :129-148. Éditions de l'Université de Lorraine, consulté sur Cairn.info le 1 mars 2024 (mis en ligne le 20/10/2022), URL : <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2022-1-page-129.htm?contenu=article>.

¹⁸ Même référence

moyens russes ont été déployés, des manifestations publiques de soutien aux nouveaux prestataires de sécurité se sont formées et ont été jugées authentiques par les observateurs¹⁹

¹⁹ Charlotte Hirsbrunner et Niklas Masuhr, "L'empreinte de la Russie en Afrique," Politique de sécurité: analyses du CSS no. 318 (Février 2023), Centre d'études de sécurité de l'ETH Zurich.

CHAPITRE III : l'Algérie et la Russie

histoire et relations

1. L'Algérie : une zone stratégique d'importance :

L'Algérie couvre une superficie de 2.381.741 km², ce qui fait d'elle le premier pays africain. Située au Nord-Ouest du continent africain, l'Algérie s'ouvre sur 1.200 Km de côte sur la Méditerranée. L'Atlas saharien divise le pays en deux zones bien distinctes : le Nord, la région méditerranéenne qui accueille la quasi-totalité de la population, et le Sud qui comprend le Sahara et qui constitue 85% du territoire tout entier²⁰. D'après les données fournies par la Banque mondiale, la population est estimée à environ 44,9 millions en 2022.

Les efforts russes visant à consolider leur présence en Afrique du Nord et au Moyen-Orient, notamment en consolidant les liens économiques et politiques avec des pays comme l'Algérie, témoignent de leur intérêt stratégique croissant pour la région, visant à renforcer la position de la Russie dans la région et à contrer l'influence occidentale.²¹

En juin 2023, le président Abdelmadjid Tebboune a effectué une visite de haut niveau en Russie, où il a été chaleureusement accueilli par le président Vladimir Poutine. Cette visite a eu lieu malgré les fortes critiques de l'Europe et des États-Unis, qui, il y a un an, ont exhorté l'Algérie à réduire ses relations avec la Russie après la guerre en Ukraine. Cette visite a mis en lumière l'importance des relations algéro-russes et la détermination de l'Algérie depuis longtemps à suivre une politique étrangère indépendante. Cela explique en partie pourquoi Tebboune n'a pas annulé son voyage malgré les menaces de sanctions, et pourquoi il a proposé de servir de médiateur entre la Russie et l'Ukraine, une proposition que Poutine a accueillie favorablement, exprimant sa gratitude pour le soutien de l'Algérie.²²

L'approfondissement des relations russo-algériennes s'inscrit dans une dynamique régionale et internationale plus large, marquée par une évolution des paradigmes géopolitiques et des stratégies nationales. Les deux pays ont vu dans ce partenariat une opportunité de diversifier leurs alliances et de renforcer leur position dans un environnement régional et international en mutation, marqué par des défis sécuritaires, économiques et politiques croissants.

²⁰ Afd, "Présentation générale de l'Algérie" (African Development Bank Group), consulté le 20/05/2024, <https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Generic-Documents/Pr%C3%A9sentation%20g%C3%A9n%C3%A9rale%20Alg%C3%A9rie.pdf>.

مروك، زهر. "العلاقات الجزائرية الروسية: الحداثات، الأبعاد والتطورات الراهنة." المجلة الجزائرية 21 (جانفي 2): 1249-1250, 06 للأمن الإنساني

²² Middle East Council of Global Affairs. "موجز القضية 'العلاقات الجزائرية الروسية': هل تتخطى التعاون العسكري؟", يناير. consulté le 22 mai 2024.

Les autorités algériennes ont toujours adopté une politique étrangère de non-alignement, Face à cette réalité, les relations russo-algériennes, issues de la guerre d'Algérie contre le colonialisme, sont susceptibles de se poursuivre malgré les craintes occidentales et les pressions exercées. L'Algérie considère les relations avec la Russie, notamment dans le domaine militaire, comme cruciales pour sa défense nationale et sa sécurité.

L'achat de fournitures de défense auprès de la Russie offre plusieurs avantages à l'Algérie, lui permettant d'acquérir des armes modernes à un coût moindre que celles provenant des pays occidentaux et sans conditions. Ainsi, l'Algérie a pu obtenir des armements avancés tels que les avions de chasse furtifs Su-57, devenant ainsi le premier importateur étranger de cet avion de combat de pointe dans l'arsenal aérien russe. Ces armes et systèmes sont parfois utilisés en Algérie avant de l'être en Russie. À partir de 2021, la Russie a commencé à augmenter ses fournitures ou ses engagements de fourniture d'équipements militaires de haute technologie à l'Armée nationale populaire, dont plusieurs ont été exposés lors des manœuvres dans le sud de la capitale en juin 2023.²³

2. Relations historiques entre l'Algérie et la Russie :

2.1 Les relations pendant la guerre de l'indépendance :

Les relations russo-algériennes ont commencé à se former pendant les années de la guerre de l'Indépendance 1954–1962. L'ex-U.R.S.S. a prêté son appui et aide au peuple algérien qui combattait contre les colonisateurs, se prononçant fermement pour la reconnaissance du droit du peuple algérien à l'indépendance.²⁴

Le 7 octobre 1960 à New-York pendant la rencontre avec les journalistes au siège de l'ONU le Président du Conseil des Ministres de la Russie a déclaré que la Russie reconnaît «de-facto» le Gouvernement provisoire de la République Algérienne et compte apporter tout son aide au peuple algérien.

²³ Middle East Council of Global Affairs. " يناير "، هل تتخطى التعاون العسكري؟"، consulté le 22 mai 2024 .

²⁴ Ambassade de la Fédération de Russie en République Algérienne Démocratique et Populaire. "Relations russo-algériennes". Consulté en ligne sur : https://algerie.mid.ru/fr/russie_et_algerie/relations_russo_algeriennes/, le 10 mars 2024.

2.2 Les relations après l'indépendance :

Après la signature des accords d'Evians le 19 mars 1962 le Gouvernement russe a annoncé qu'il reconnaissait «de-jure» le Gouvernement provisoire de l'Algérie et s'est disposé à établir avec lui les relations diplomatiques. Le premier Ambassadeur russe est arrivé en Algérie en octobre 1962.

Les 3-6 avril 2001 le Président Abdelaziz Bouteflika a effectué une visite officielle à Moscou qui a donné une nouvelle impulsion aux relations bilatérales. Durant cette visite les Présidents ont signé la Déclaration du partenariat stratégique. C'était le premier accord de ce type signé par la Russie avec un pays arabe ou africain. Dans cette déclaration il était prévu que les deux parties doivent entreprendre des efforts pour apporter un nouveau contenu aux relations dans différents domaines y compris en matière économique et commerciale. La Russie a porté une importante contribution à la création d'une base industrielle nationale et au développement des quelques industries – énergétique, minière, métallurgique, la construction mécanique, l'approvisionnement en eau etc. La formation professionnelle des cadres algériens a été une partie importante de la coopération entre les deux pays. Le second élément dans la concrétisation de cette déclaration était la constitution d'une commission mixte pour les affaires commerciales, économiques, scientifiques et techniques.²⁵

En 2006, lorsque le président Vladimir Poutine s'est rendu à Alger en mars, des ventes d'armes russes, ainsi qu'un effacement de la dette de l'Algérie envers la Russie estimée à 4,7 milliards de dollars, ont été annoncés. Par ailleurs, Gazprom et la société nationale algérienne du gaz, Sonatrach, ont signé un protocole d'accord en août. Le 6 octobre 2010 le Président Dimitri Medvedev a effectué une visite officielle en Algérie en marge de laquelle a eu lieu la première réunion du Forum d'affaires et l'exposition des produits et services russes.²⁶

L'année 2011 a été marquée par la tenue à Moscou de la 5-ème session de la Commission intergouvernementale mixte russo-algérienne de coopération économique, commerciale, scientifique, les visites du Ministre des affaires étrangères russe, S.V.Lavrov, à Alger et son homologue algérien, M.Medelci, à Moscou.²⁷

²⁵ Même référence

²⁶ La même référence

²⁷ Ambassade de la Fédération de Russie en République Algérienne Démocratique et Populaire. "Relations russo-algériennes". Consulté en ligne sur : https://algerie.mid.ru/fr/russie_et_algerie/relations_russo_algeriennes/, le 10 mars 2024.

CHAPITRE IV : Les médias russes et la vision géopolitique de la Russie

1. La chaîne RT ouvre un bureau en Algérie :

1.1. Profil institutionnel du bureau de RT en Algérie :

Nature du bureau en Algérie : Institution médiatique

Slogan : "Question more"

Date de fondation du bureau : 7 décembre 2024

Directrice du bureau RT Algérie : Yasmine Moussousse

Adresse : 76, rue Karim Belkacem - Alger Centre

Téléphone : 023-50-55-35

E-mail : algerie.rt.arabic@gmail.com

Logo : 

2. Un aperçu du bureau de Russia Today en Algérie :

Russia Today Algérie, le premier bureau régional d'une chaîne étrangère à être accrédité en Algérie, et a été officiellement lancé le 7 décembre 2023 en présence du ministre de la Communication algérien, Mohamed Laagab, de la directrice de la chaîne Russia Today Arabic, Maya Manna, de l'ambassadeur de Russie en Algérie et d'autres personnalités médiatiques. Lors de la cérémonie d'ouverture, la directrice de Russia Today Arabic, Maya Manna, a déclaré : "Nous nous efforçons d'être plus proches de nos téléspectateurs, d'élargir la coopération avec l'Algérie et de couvrir également activement les événements en Afrique. Nous allons maintenant présenter à notre public depuis notre bureau en Algérie le point de vue de ce pays sur les événements internationaux et régionaux."

Le bureau emploie plusieurs membres du personnel qui éditent les nouvelles, produisent des programmes, des articles et des interviews, tout en couvrant les événements les plus importants en Algérie et en Afrique. De plus, le bureau collabore avec le corps journalistique en Algérie ainsi qu'avec les institutions éducatives.

L'ouverture du bureau régional en Algérie reflète la profondeur de la coopération médiatique entre l'Algérie et la Russie, comme l'a souligné le ministre algérien de la Communication, Mohamed Laagab.

La directrice du bureau algérien, Yasmin Moussous, une journaliste expérimentée, a interviewé plusieurs chefs d'État dans le monde, a été présentatrice de nouvelles et de programmes sur la chaîne Russia Today Arabic à Moscou, et était auparavant correspondante pour Sky News Arabia et présentatrice sur Al Arabiya et Al Chourouk.

Moussousse anime également le programme analytique "Algeria Studio", qui fait partie de la série de programmes politiques et de débats de Russia Today Arabic depuis les capitales du monde : Le Caire, Beyrouth, Washington et Paris.

"Algeria Studio" discute des événements mondiaux et régionaux les plus importants en invitant des politiciens, des experts et des analystes des affaires publiques en Algérie.²⁸

La directrice de RT Arabic, Maya Manna, a signé, à Alger, un accord de coopération ente la chaîne algérienne, AL24 News, et la chaîne russe.²⁹

Notre objectif de recherche vise donc à comprendre la stratégie transnationale d'influence médiatique russe en Algérie, nous avons centré notre analyse sur la manière de diffusion des Reels par la page Facebook RT Arabic Algérie pour transmettre des messages et des narratives liés à la Russie et à ses intérêts en Algérie. Renforcer les liens entre les deux pays et ouvrir un nouveau marché avec une nouvelle audience. En ne focalisant sur les reels publiés, on a voulu obtenir des informations significatives sur la manière dont la Russie utilise les médias sociaux pour promouvoir sa vision médiatique et comment elle gère ses intérêts en Algérie. On a identifié les sujets abordés, les angles, narratifs utilisés et les tactiques de communication employées par RT Arabic Algérie pour atteindre ses objectifs.

²⁸ Détails fournis au bureau RT Alger

²⁹ Mahdi Amine, "Russia Today annonce l'ouverture de son bureau en Algérie (officiel)," Algérie 360, 8 décembre 2023, <https://www.algerie360.com/russia-today-annonce-louverture-de-son-bureau-en-algerie-officiel/>.

3. La page Facebook RT Arabic Algérie :



Photo : capture d'écran de la page Facebook RT Arabic algérie

Description de l'image :

La photo de profil de la page Facebook du bureau RT Arabic en Algérie arbore le slogan de RT, mentionnant « Algérie » en vert et noir, en référence au slogan original de la chaîne RT. Quant à la bannière de la page d'accueil, elle sert de vitrine qui évolue régulièrement en fonction des événements en cours. Actuellement, elle présente une promotion pour un documentaire diffusé sur la chaîne RT, mettant en avant la Journée de la Victoire célébrée en Russie et dans plusieurs républiques de l'ancienne Union soviétique pour commémorer la capitulation de l'Allemagne nazie lors de la Seconde Guerre mondiale. Cette couverture est sujette à des changements en fonction des événements nationaux, ainsi que des événements en Russie. Il est à noter que le nombre de followers dépasse les 600 000 abonnés.

4. Analyse de contenu de la page Facebook RT Arabic Algérie :

Préambule :

Selon Mr. Bilal Zaouche, le responsable de la publication sur les réseaux sociaux du bureau, la page Facebook ainsi que les autres pages du bureau de RT mettent l'accent sur la technique des

"Reels" ou des vidéos courtes, qui sont généralement au format vertical car, d'après lui, elles permettent d'atteindre un plus large public. « De nos jours, les gens, regardent principalement sur leurs téléphones, ce qui leur permet de visionner de nombreuses vidéos en une journée avec juste un mouvement de doigt. C'est pourquoi nous nous concentrons sur les "Reels", parfois de 30 secondes à un maximum d'une minute et demi. Nous privilégions la technique des "Reels" car les vidéos courtes sont le moyen le plus efficace de transmettre l'information et sont également plus convaincantes. À travers la vidéo, vous pouvez être convaincu par une nouvelle et la comprendre mieux, contrairement à une image que vous ne voyez que pendant quelques secondes au maximum. La vidéo vous permet de vous immerger dans l'information et de la recevoir de manière efficace. Nous, à RT, nous mettons l'accent sur la vidéo et les vues. Notre objectif est d'atteindre un grand nombre de vues sur la vidéo car, selon notre expérience, c'est le moyen le plus convaincant pour le public ». ³⁰ Cette déclaration est la motivation qui nous a poussés à nous concentrer sur l'étude des Reels diffusés sur la page dans cette recherche.

1. Catégorisation de la page :

Qu'est-ce que la catégorie d'analyse de contenu : est un instrument de collecte de données construit en vue de dégager les éléments signifiants d'un document ³¹

1.1 La construction des catégories d'analyse de contenu :

Lors d'une analyse de contenu, on construit des catégories d'analyse de contenu pour pouvoir recueillir des informations pertinentes aux problèmes de recherche dans une documentation. Cette documentation a été sélectionné à la suite de la revue de littérature, il faut maintenant procéder au choix des unités qu'on veut retenir dans cette documentation et au type de prélèvement quantitatif ou qualitatif qu'on fera, c'est ainsi qu'on arrive à établir les catégories d'analyse de contenu qui serviront à la constitution d'une feuille de codage ou d'un système de fiches. ³²

Selon le chercheur, les catégories doivent être clairement définies de telle sorte qu'on sera sensible à leur présence à tout moment dans la documentation inventoriée. Elles

³⁰ Bilal Zaouche, responsable du design et de la publication sur les réseaux sociaux du bureau RT en Algérie, par Nedjwa Haiahem, 6 mai 2024, entretien en personne sur la stratégie de publication de la page Facebook RT arabic Algérie. Voir Annexe 02

³¹ Maurice Angers, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines (Alger: Casbah université, [s.d]), 225.

³² Même référence

sont les guides dans la recherche d'information, comme les questions le sont lorsqu'on interroge des personnes.

J'ai choisi la période du 20 au 26 avril car je trouve qu'elle est suffisante. Cette sélection est basée sur l'observation de la page Facebook RTArabic Algérie. Étant donné la fréquence élevée de diffusion des publications et de réels tout au long de la journée, atteignant jusqu'à 14 réels par jour, car la page se concentre spécifiquement sur les techniques de réels les plus attrayantes pour le public, nous avons décidé de nous limiter à une période de sept jours, totalisant ainsi 102 Réels. Nous avons délibérément évité un choix aléatoire car cela ne convient pas à notre sujet, et aurait pu entraîner l'élimination de certains messages importants. Il est crucial de prendre en considération l'ensemble des messages, même si cela implique un effort supplémentaire. C'est pourquoi j'ai opté pour un échantillon de sept jours, consignés dans un tableau, avec des commentaires sur les thèmes récurrents, la stratégie de communication, etc. Ainsi, je considère que mon échantillon est à la fois pertinent et adéquat, garantissant des résultats fiables, car j'ai étudié tous les Reels diffusés pendant cette période pour éviter l'élimination de certains résultats sans être étudiés en profondeur.

1. Catégories de forme

a) Catégorie du format de langue :

Tableau 01 : langue utilisée dans les Reels de la page Facebook RT Algérie du 20 au 26 Avril 2024

Catégorie	Nombre de réels	Pourcentage
Reels en langue arabe littéraire	101	99.01%
Reels avec titres en argot algérien	1	0.98%
Total	102	100%

Source : élaboré par nos soins, 2024

Graphique 01 : Pourcentage de la langue utilisée dans les Reels de la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.



Source : élaboré par nos soins à l'aide de l'Excel 2024

On trouve que la langue utilisée par la page c'est l'Arabe littéraire car selon m. Bilal Zaouche, l'activité de la page ne se limite pas à l'Algérie. Il a indiqué que le bureau est régional, donc il ne couvre pas seulement les nouvelles algériennes, mais aussi les pays voisins, les pays arabes, etc. Il ajoute qu'il y a une grande variété de nouvelles.³³ Le ton et le style des publications adaptés pour correspondre à la sensibilité culturelle et politique de l'audience algérienne. Cela en incluant un langage et une terminologie qui résonnent avec les lecteurs locaux, ainsi que l'adoption d'un ton professionnel ou engageant selon le contenu partagé.

b) Catégorie de format du Reel :

Tableau 02 : Format des Reels partagés sur la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024

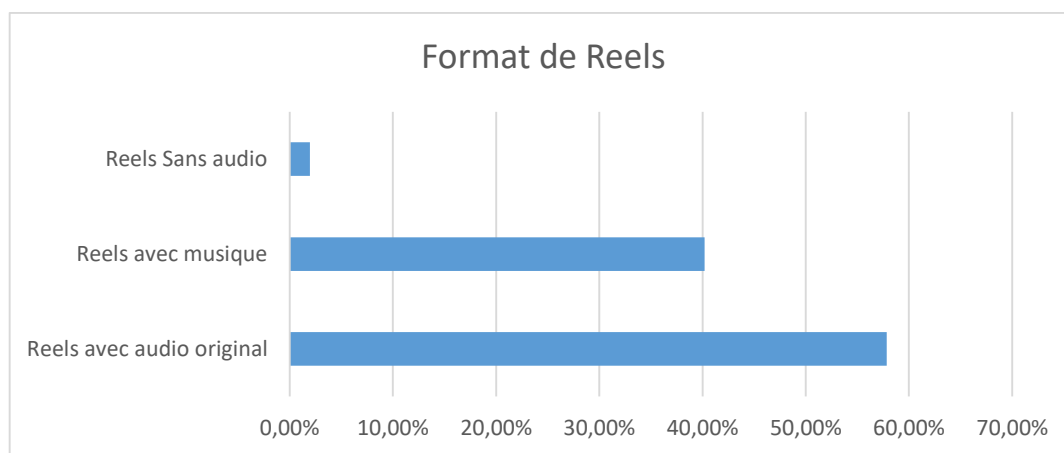
Catégorie	Nombre de Reels	Pourcentage
Reels avec musique	41	40.19%
Reels avec audio original	59	57.84%
Reels Sans audio	2	1.96%

³³ Même référence

Reels avec légende	102	100%
Total	102	100%

Source : élaboré par nos soins, 2024.

Graphique 02 : Format des Reels de la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.



Source : élaboré par nos soins à l'aide de l'Excel.

Commentaire sur le tableau :

La manière dont un media utilise l'audio dans ses contenus peut en dire long sur sa stratégie de communication globale. L'audio dépend selon la cible, une musique populaire ou tendance utilisée pour atteindre un public plus jeune, tandis qu'un audio original peut être préféré pour des explications plus sérieuses ou informatives destinées à un public plus mature. L'audio original représenté de 58% du contenu diffusé est généralement utilisé pour fournir des informations directes ou des explications plus détaillées. Afin de présenter des faits réels, des événements, ou des actualités, on peut citer les déclarations en direct ou bien dans une conférence de presse du président Tebboune concernant la coopération économique avec les pays de golf. En revanche, L'utilisation de la musique par la page avec un pourcentage de 40% peut être une stratégie efficace pour susciter l'émotion, maintenir l'attention et encourager l'interaction avec le contenu. L'infographe nidhal nous confirme que la musique joue un rôle crucial, car cela fait partie des algorithmes des réseaux sociaux. RT possède sa propre bibliothèque musicale avec tous les droits nécessaires, et personne ne peut voler ces musiques. C'est un élément essentiel pour la protection des droits, utilisée selon le type de vidéo.

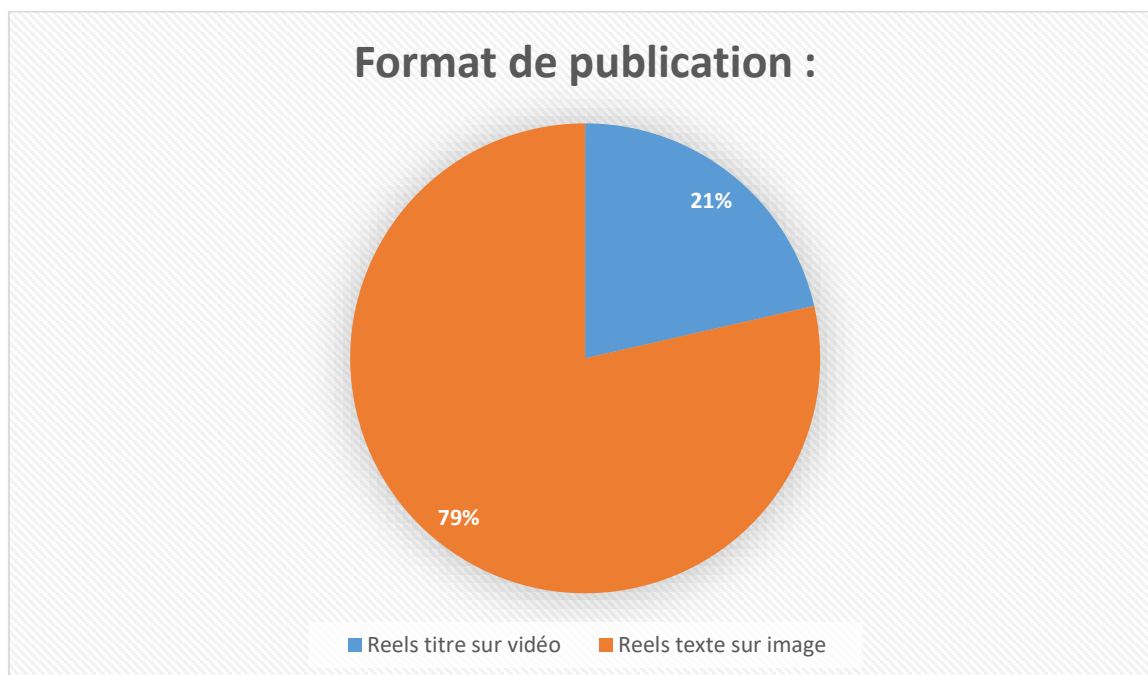
c) Catégorie de format de publication :

Tableau 03 : Format de publication des Reels sur la page RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024

Catégorie	Nombre de Reels	Pourcentage
Reels titre sur vidéo	89	87.25%
Reels texte sur image	13	12.74%
Reel image seule	0	0%
Total	102	100%

Source : élaboré par nos soins, 2024.

Graphique 03 : Format de publication des Reels sur la page RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.



Source : élaboré par nos soins à l'aide de l'Excel, 2024

Reels sous forme du titre sur vidéo est présenté de 79% ça veut dire la majorité du contenu diffusé sur la plateforme. Ce format est largement utilisé puisque selon le responsable des réseaux sociaux, la page se concentre sur la vidéo dans sa stratégie médiatique sur les plateformes numériques, car à travers la vidéo, la personne pourrait être convaincu par une nouvelle et la comprendre mieux, contrairement à une image qu'il ne la voit que pendant

quelques secondes au maximum. La vidéo permet de s’immerger dans l’information et de la recevoir de manière efficace. Au bureau RT Algérie, ils mettent l’accent sur la vidéo, parce que d’après lui, l’objectif est d’atteindre un grand nombre de vues sur la vidéo, il a justifié que c’est le moyen le plus convaincant pour le public.³⁴

Les Reels texte sur image comptent pour 21 % du contenu. Habituellement, ils consistent en des déclarations des responsables dans divers domaines concernant des sujets spécifiques. L’image du responsable est accompagnée de sa déclaration, le tout accompagné d’une musique reflétant le professionnalisme ou le sérieux de la situation

2. Catégorie de contenu :

a) Catégorie de sujets :

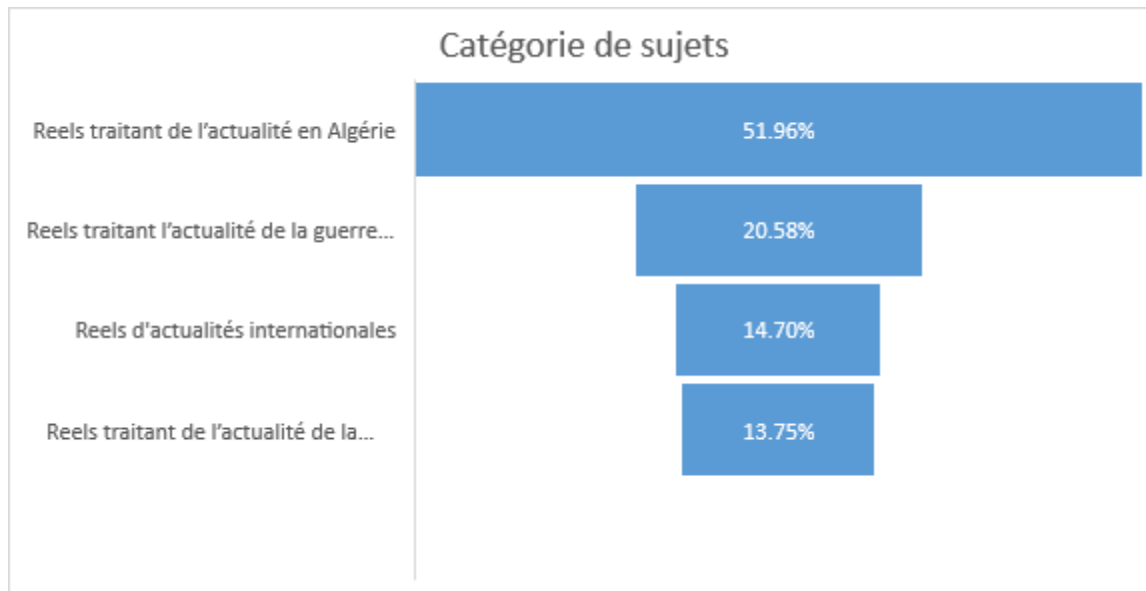
Tableau 04 : Les sujets des Reels diffusés sur la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.

Sujet	Nombre de reels	pourcentage
Reels traitant de l’actualité en Algérie	53	51.96%
Reels traitant l’actualité de la guerre contre Gaza	20	20.58%
Reels traitant de l’actualité de la Russie	14	13.72%
Reels d’actualités internationales	15	14.70%
Total	102	100%

Source : élaboré par nos soins, 2024.

³⁴ Bilal Zaouche, responsable du design et de la publication sur les réseaux sociaux du bureau RT en Algérie, par Nedjwa Haiahem, 6 mai 2024, entretien en personne sur la stratégie de publication de la page Facebook RT arabic Algérie. Voir Annexe 02

Graphique 04 : Les sujets des Reels diffusés sur la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.



Source : élaboré par nos soins à l'aide de l'Excel, 2024.

La page se concentre principalement sur la création de Reels qui portent sur l'actualité et les nouvelles, mettant ainsi en avant ces sujets de manière significative. L'Algérie représente près de la moitié de la couverture médiatique, totalisant environ 51,96% de la présence sur la plateforme. Elle assure un suivi exhaustif des événements, en diffusant des vidéos des moments les plus importants, comme l'arrivée du président algérien Abdelmadjid Tebboune à Tunis pour participer à la première réunion consultative des dirigeants des pays : Algérie, Tunisie et Libye. Ces vidéos capturent également les interactions entre les chefs d'État ainsi que le déroulement d'événements majeurs, tels que le festival d'Annaba, qui bénéficie d'une importante couverture de la part de la page sur le terrain. En outre, la page couvre également d'autres sujets tels que la présidence, l'armée algérienne, la défense nationale, les activités ministérielles et les nouvelles sportives.

La guerre contre Gaza occupe également une place importante dans la couverture médiatique de la page, avec un pourcentage de 20.58% étant donné que cet événement génère constamment de nouveaux développements et informations. La page accorde une grande importance à ce sujet en raison de son actualité perpétuelle. À chaque étape de cet événement, de nouveaux éléments émergent, ce qui suscite un intérêt continu et justifie l'attention particulière portée par

la page à cette thématique. La page est clairement engagée dans la cause palestinienne et vise à sensibiliser le public à la guerre contre Gaza, attirer l'attention sur les actions de l'armée israélienne et les dangers auxquels sont exposés les Palestiniens. Comme elle cherche à susciter des réactions, et éventuellement des actions

Par ailleurs, elle présente un intérêt particulier pour les nouvelles russes, diffusant des extraits d'émissions, des déclarations du président Poutine, des annonces du ministre des Affaires étrangères Sergueï Lavrov sur les relations géopolitiques de la Russie, ainsi que des critiques politiques souvent issus des extraits de la chaîne mère à Moscou, émises par des responsables russes, des experts, des activistes, des témoins oculaires ou des analyses indépendantes à l'encontre de l'Occident particulièrement les États-Unis. Elle encourage la remise en question des politiques occidentales, en outre, la page couvre également les visites d'inspection des responsables, comme en témoignent les vidéos montrant le ministre russe de la Défense, Sergueï Choïgou, inspectant la production des drones russes avancés. Ainsi que des histoires de réussite et des projets de coopération. Le journaliste Hassan Merabet, nous indique que, selon la ligne éditoriale de la page, l'équipe de RT Algérie se comporte comme des Russes en Algérie, c'est-à-dire "les nouvelles algériennes à travers des yeux russe"³⁵

Les actualités internationales sont également explorées sur la page, occupant une part avec environ 14,70% du contenu analysé. Ces contenus comprennent souvent des vidéos virales et des nouvelles qui captent l'attention à l'échelle mondiale.

D'après le tableau précédent on peut faire un autre tableau pour catégoriser les thèmes récurrents dans le traitement de l'actualité algérienne :

Tableau 05 : Les sujets des Reels diffusés sur la page Facebook RT Arabic Algérie traitant l'actualité algérienne durant la période du 20 au 26 Avril 2024.

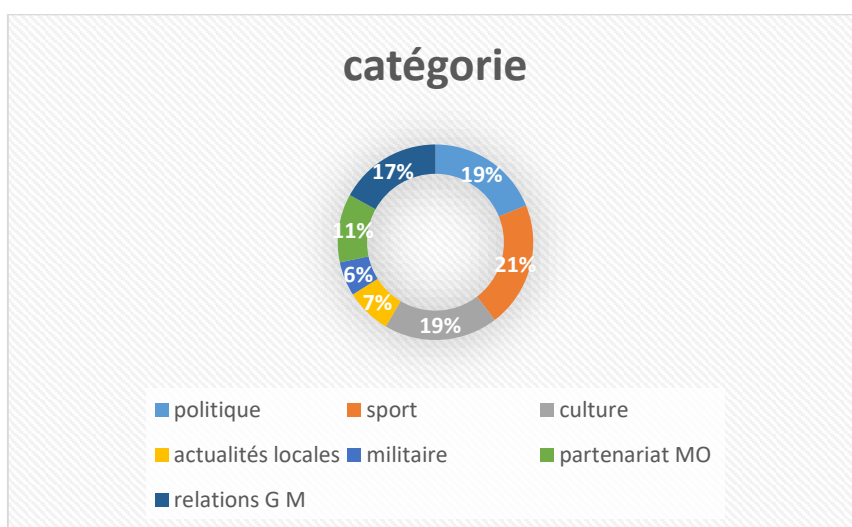
Catégorie	Nombre de Reels	Pourcentage
Politique	10	18.86%
Sport	11	20.75%
Culture	10	18.86%
Actualités locales	4	7.54%

³⁵ Voir Annexe 03

Militaire	3	5.66%
Partenariat algérien avec le moyen orient	6	11.32%
Relations de l'Algérie avec le grand Maghreb	9	16.98%
Total	53	100%

Source : élaboré par nos soins, 2024.

Graphique 05 : Les sujets des Reels diffusés sur la page Facebook RT Arabic Algérie traitant l'actualité algérienne durant la période du 20 au 26 Avril 2024.



Source : élaboré par nos soins à l'aide de l'Excel, 2024.

Le contenu le plus attractif pour les gens est celui lié exclusivement à l'Algérie. Le sport a occupé la plus grande proportion dans le tableau, estimée à environ 21 %, ce qui est dû à plusieurs raisons notamment l'intérêt du peuple algérien pour football surtout avec la coïncidence avec l'événement sportif où l'équipe de l'USM Alger a officiellement décidé de se retirer de la confrontation contre la RS Berkane lors du match retour des demi-finales de la Coupe de la Confédération Africaine en raison d'une crise liée aux maillots. Donc la page couvre les événements sportifs en Algérie pour attirer l'attention du public l'encourager la participation. La politique occupe la deuxième position avec 19 % du contenu, comprenant une variété de sujets tels que les déclarations de la présidence, les activités des ministres, notamment celles concernant l'armée algérienne et la défense nationale.

Selon l’agenda –setting de la page, elle met en avant les liens solides entre la Russie et l’Algérie, elle diffuse des contenus qui soulignent les avantages de coopération entre les deux pays. Mettant en lumière les visites ministérielles, les activités et les échanges qui renforcent ces relations dans plusieurs domaines.

Comme indiqué dans le tableau, environ 6 % des publications sont axées sur l’aspect militaire algérien, y compris les déclarations du chef d’état-major de l’armée algérienne et d’autres actualités liées à ce domaine. La page a également dédié une partie de son actualité dans les Reels à la réunion des chefs d’État, représentant 17 % du contenu. Il s’agit de la première rencontre officielle au niveau du 'sommet' entre les trois pays du Maghreb : l’Algérie, la Tunisie et la Libye, ainsi que le partenariat économique de l’Algérie avec les pays de Golf a fait partie de l’actualité avec un pourcentage de 11%

La culture, représentant 19 % du contenu, est mise en avant sur la page à travers la mise en évidence des éléments partagés par le peuple algérien, tels que les coutumes et les traditions. Par exemple, une vidéo montre une actrice internationale portant le Karakou algérien. De plus, un reportage sur la bataille d’Alger inspire les étudiants dans leurs manifestations aux États-Unis, protestant contre le sionisme et la guerre contre Gaza. Il y a également eu une actualité culturelle importante, car cela coïncidait avec le festival culturel qui avait lieu à Annaba.

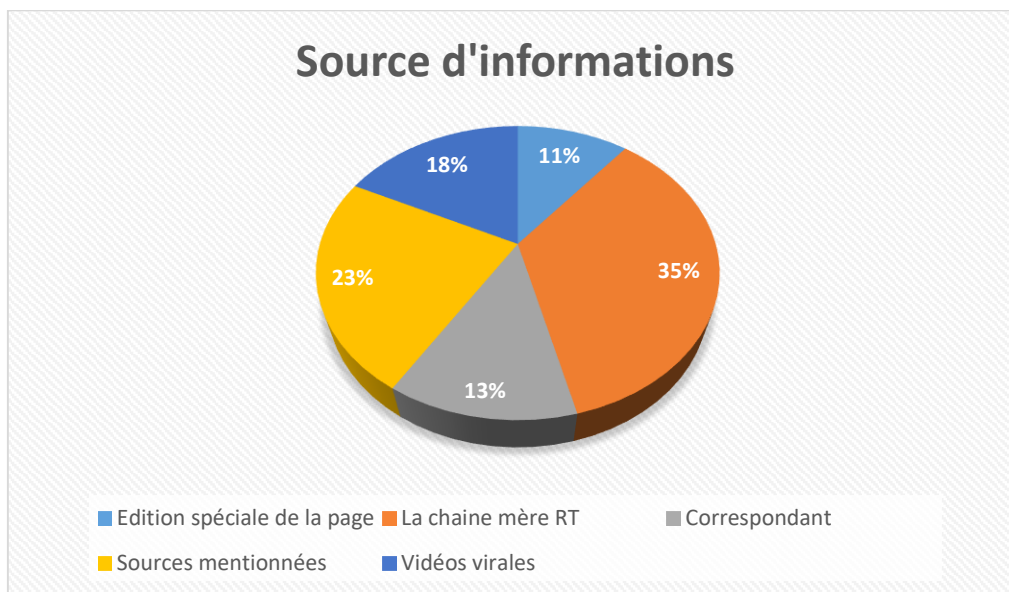
b) Catégorie de la source d’informations :

Tableau 06 : La source des informations du contenu des Reels partagés sur la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.

Le titre du Reel	Nombre de Reels	Pourcentage
Contenu original	11	10.78%
La chaîne mère RT	36	35.29%
Correspondant	13	12.74%
Sources mentionnées	24	23.52%
Vidéos virales	18	17.64%
Total	102	100%

Source : élaboré par nos soins, 2024

Graphique 06 : La source des informations du contenu des Reels partagés sur la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.



Source : élaboré par nos soins à l'aide de l'Excel.

Il est remarquable que 35% des vidéos proviennent de la page principale de la chaîne RT à Moscou. La page Facebook RT Algérie ajoute un slogan pour renvoyer à la page principale. Dans le tableau présenté, on observe que 23% des Reels, la source est mentionnée, sauf pour les vidéos virales dont la source est inconnue ou non officielle, à 17% des Reels. Selon Hassan, un journaliste du bureau RT. La page ne mentionne pas toujours la source dans ces cas, car il peut s'agir de vidéos virales captées par des personnes normales, non professionnelles ou des caméras de surveillance dans les rues.

Les correspondants de l'équipe du bureau représentés en presque 11% se déplacent notamment lors des conférences de presse, des activités ministérielles, des reportages et des événements culturels, comme lors du Festival du Film Méditerranéen d'Annaba, où la page dédie une partie de son actualité en se rendant sur place pour couvrir l'événement. Elle couvre des événements en temps réel, pour capturer l'atmosphère et les opinions sur place. Cette approche permet de fournir un contexte plus complet et de donner une voix aux citoyens et aux acteurs locaux,

La page propose également des éditions spéciales, principalement sous forme de déclarations de personnalités présentées sous forme de texte sur des images accompagnées de musique. En résumé, la page dépend largement des actualités et des vidéos virales provenant de la page principale ou des réseaux sociaux, ainsi que de ses déplacements pour obtenir des informations.

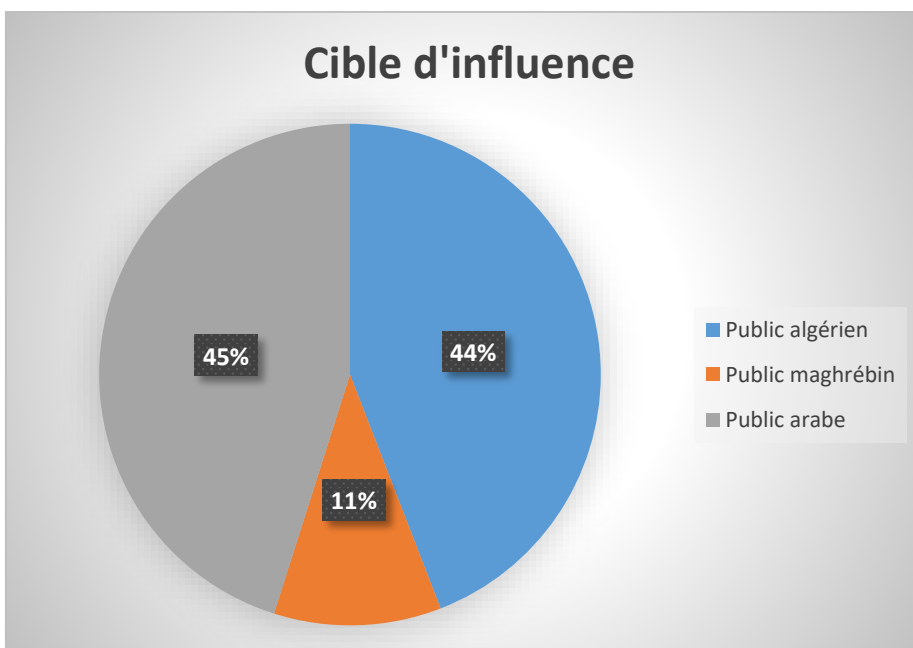
c) Cible de l'influence

Tableau 07 : La cible d'influence de la page RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.

La cible	Nombre de Reels	Pourcentage
Public algérien	45	44.11%
Public maghrébin	11	10.78%
Public arabe	46	45.09%
total	102	100%

Source : élaboré par nos soins, 2024.

Graphique 07 : La cible d'influence de la page RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.



Source : élaboré par nos soins à l'aide de l'Excel.

D'après ce tableau, il est évident que la page a une portée plus vaste, ne se limitant pas uniquement à l'actualité algérienne, mais couvrant également des événements internationaux. En effet, 45% des publications traitent de sujets ayant une dimension arabe, qu'il s'agisse de l'actualité internationale ou des événements au Moyen-Orient, comme l'a souligné le responsable des réseaux sociaux : « le public de la page est algérien, mais nous avons deux catégories de public visées : le public algérien et le public arabe, car ce bureau est régional, couvrant l'Afrique du Nord. Peut-être dans un an ou deux, nous pourrions élargir notre public pour ne pas nous limiter seulement aux Algériens, mais également atteindre des pays d'Afrique du Nord que nous pouvons atteindre avec toutes les qualifications nécessaires ».³⁶

d) Catégorie des formes d'interaction du public avec les publications

Catégorie : Le nombre de likes

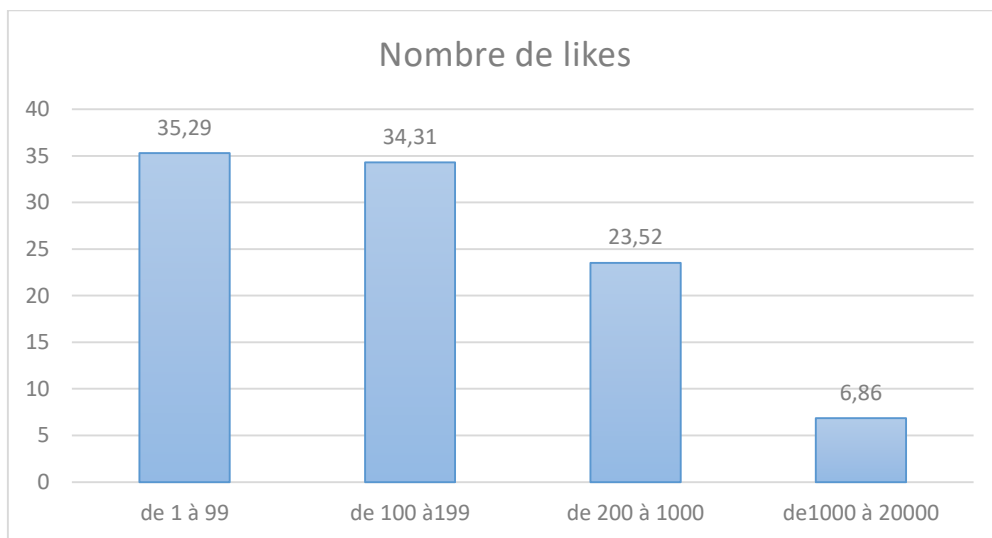
Tableau 08 : Les nombres de likes des Reels partagés sur la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.

Le nombre de likes	Nombre de Reels	Pourcentage
De 1 à 99	36	35.29%
De 100 à 199	35	34.31%
de 200 à 1000	24	23.52%
De 1000 à 20000	7	6.86%
Total	102	100%

Source : élaboré par nos soins, 2024.

³⁶ Voir annexe 03

Graphique 08 : Les nombres de likes des Réels partagés sur la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.



Source : élaboré par nos soins à l'aide de l'Excel, 2024.

D'après le tableau, on constate que le moyen le plus interactif pour les utilisateurs avec la page est le nombre de "j'aime". Certaines vidéos ont atteint presque 19 000 "j'aime", figure sur le tableau en presque 7% ce qui indique que les "likes" sont l'outil de préférence des utilisateurs des réseaux sociaux qui suivent cette page. De 200 à 1000 représente 23% Cela montre que les "j'aime" sont non seulement fréquents, mais aussi un indicateur clé de l'engagement des utilisateurs. Par ailleurs, le nombre élevé de "j'aime" sur certaines vidéos suggère que ce type de contenu suscite particulièrement l'intérêt et l'approbation de l'audience, contribuant ainsi à la popularité et à la visibilité de la page. On observe également qu'un pourcentage de 34% des Reels obtient entre 100 et 199 "j'aime", ce qui représente une partie considérable de l'engagement. Cependant, des Reels qui ont reçu entre 1 et 99 "j'aime". Cela indique qu'une partie du contenu n'a pas réussi à capter l'attention du public ou à générer une forte interaction. Cela pourrait suggérer la nécessité d'ajuster le type de contenu publié pour mieux répondre aux attentes et aux intérêts des abonnés de la page.

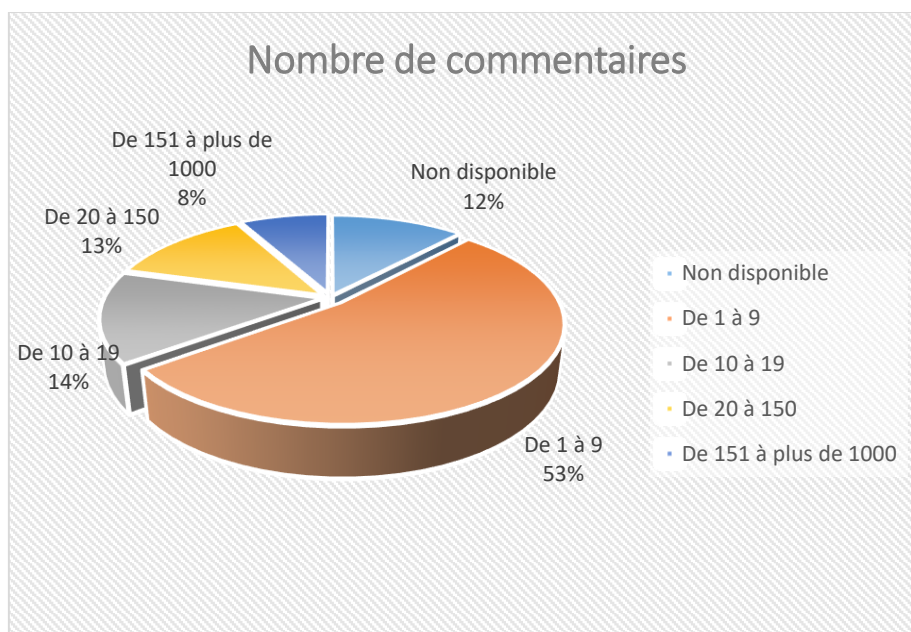
Catégorie : Le nombre de commentaires

Tableau 09 : Le nombre de commentaires sur les Reels de la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.

Le nombre de commentaires	Nombre de Reels	Pourcentage
Non disponible	12	11.76%
De 1 à 9	54	52.94%
De 10 à 19	15	14.70%
de 20 à 150	13	12.74%
de 151 à plus de 1000	8	7.84%
Total	102	100%

Source : élaboré par nos soins, 2024.

Graphique 09 : Le nombre de commentaires sur les Reels de la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.



Source : élaboré par nos soins à l'aide de l'Excel, 2024.

Cependant, dans ce tableau, on observe que les utilisateurs ne sont pas très actifs en ce qui concerne les commentaires. En effet, 53% des contenus reçoivent entre 1 et 9 commentaires, ce

qui démontre un manque d'engagement par rapport aux "j'aime" qui sont nombreux. De plus, 12% des contenus ne reçoivent aucun commentaire, ce qui accentue encore plus ce manque d'interaction. On remarque également que 14% des contenus obtiennent entre 10 et 19 commentaires, ce qui reste insuffisant pour une interaction significative. De même, 13% des contenus reçoivent entre 20 et 150 commentaires. Enfin, un pourcentage notable de 8% montre une forte activité et un engagement considérable des utilisateurs sur certaines vidéos, qui ont suscité un grand nombre de commentaires

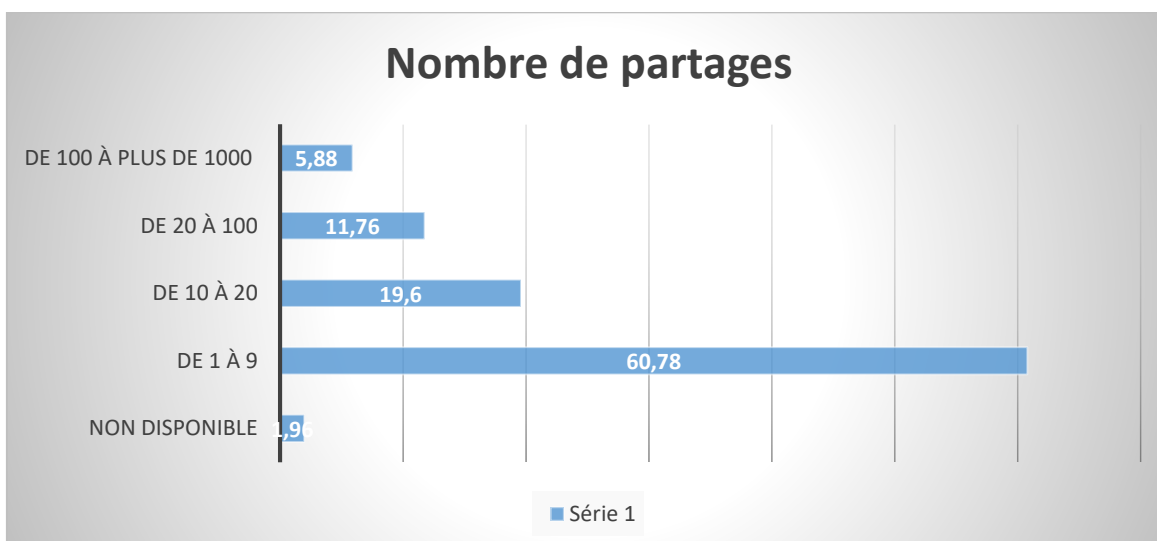
Catégorie : Le nombre de partages

Tableau 10 : le nombre de partages des Reels partagés sur la page facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.

Le nombre de partages	Nombre de Reels	pourcentage
Non disponible	2	1.96%
De 1 à 9	62	60.78%
De 10 à 20	20	19.60%
De 20 à 100	12	11.76%
De 100 à plus de 1000	6	5.88%
Total	102	100%

Source : élaboré par nos soins, 2024.

Graphique 10 : le nombre de partages des Réels partagés sur la page facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.



Source : élaboré par nos soins à l'aide de l'Excel, 2024.

La même observation peut être faite pour le nombre de partages. Près de 61% des contenus reçoivent entre 1 et 9 partages, ce qui révèle une faible interaction en termes de partage. Les contenus partagés entre 10 et 19 fois représentent un pourcentage plus modéré, mais cela reste insuffisant pour indiquer une forte interaction avec le contenu. En revanche, une partie significative des contenus est partagée entre 20 et 100 fois, ce qui est encourageant. De plus, presque 6% des contenus montrent une forte interaction, avec un grand nombre de partages sur certaines vidéos, ce qui démontre un engagement plus substantiel des utilisateurs pour ces contenus spécifiques.

e) des plus engagés aux moins engagés au niveau du public

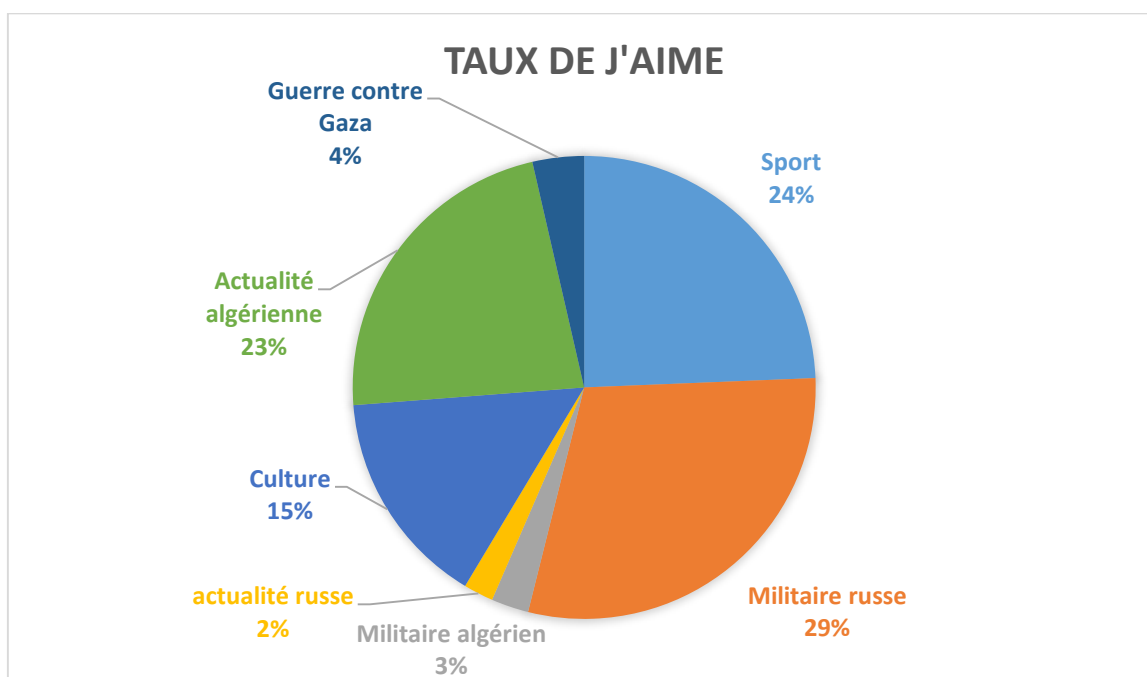
Tableau 11 : Les sujets les plus engagés sur les Reels de la page Facebook RT Arabic Algérie au niveau du public durant la période du 20 au 26 Avril 2024.

Catégorie	Total de j'aime	Total de commentaires	Total de partages
Sport	15762 23.22%	3917 50.55%	821 17.59%
Militaire russe	19137 28.17%	471 6.07%	710 15.21%
Militaire algérien	1691 2.49%	167 2.15%	133 2.85%
Actualité russe	1354 1.99%	38 0.49%	89 1.90%
Culture	9826 14.47%	1063 13.71%	955 20.46%
Actualité Algérienne	14640 21.57%	1699 21.92%	1541 33.02%
Guerre contre Gaza	2329 3.43%	113 1.45%	279 5.97%

Vidéos virales	3128 4.60%	280 3.61%	138 2.95%
Total	67867 100%	7748 100%	4666

Source : élaboré par nos soins, 2024.

Graphique 11 : Taux des likes sur les Reels de la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.



Source : élaboré par nos soins à l'aide de l'Excel,

Nous constatons que les contenus militaires liés à la Russie, qu'il s'agisse des inspections des ministres aux sites de l'armement, des présentations des nouvelles armes mettant en avant leurs points forts, ou des rapports du ministre de la Défense sur les opérations militaires, génèrent le plus grand nombre de vues et d'interactions. Selon les dires du journaliste Hassan, la relation historique entre l'Algérie et la Russie, ainsi que leur coopération dans le secteur des armes, ont suscité un fort intérêt chez le peuple algérien pour les actualités militaires³⁷. Ce dernier a un attachement à la Russie et considère ces informations comme importantes, ce qui influe sur l'orientation éditoriale de la page Facebook de RT Arabic en Algérie. Celle-ci - selon son agenda-setting - met en avant le

³⁷ Voir Annexe 03

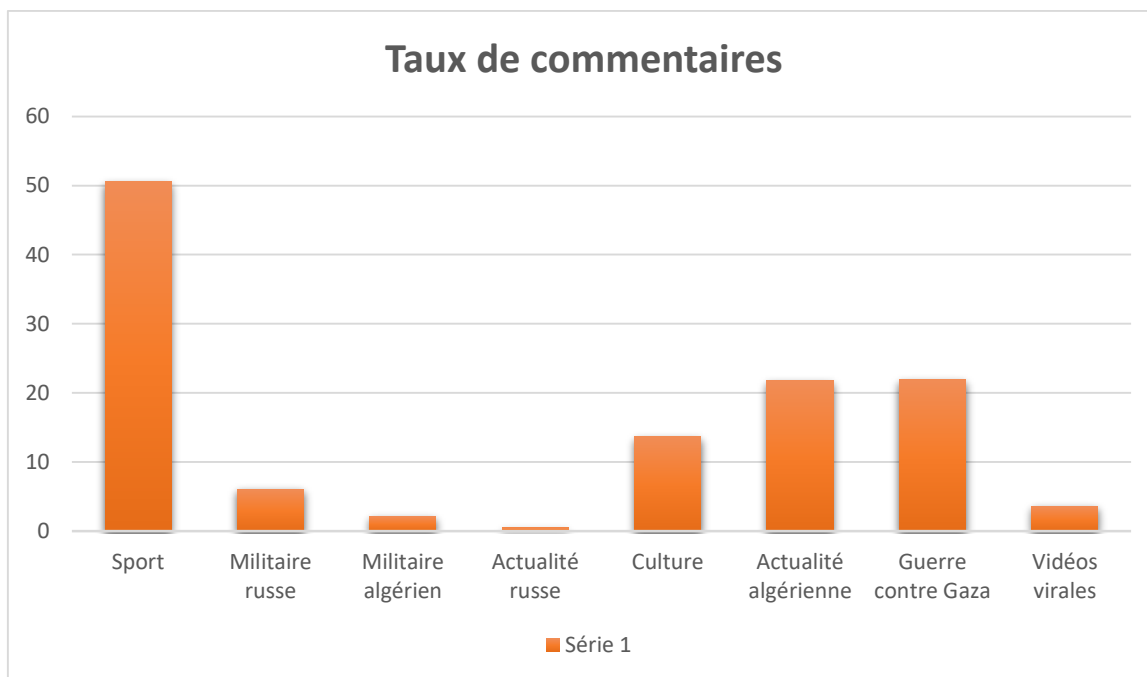
partenariat russo-algérien, les accords de vente d'équipements militaires, les collaborations en matière de technologie de défense, ainsi que les programmes de formation et de transfert de savoir-faire dans le domaine de la sécurité en mettant en avant l'engagement du gouvernement russe envers son industrie de défense. Comme elle se concentre particulièrement sur les domaines de coopération entre les deux pays, que ce soit sur le plan politique, les échanges ministériels, les événements culturels, ou toute autre forme de collaboration entre l'Algérie et la Russie.

En plus du contenu lié à l'armement, la page se focalise également sur les vidéos sportives, représentant 24 % du total des interactions, comme indiqué dans le tableau. Nous avons déjà expliqué dans des commentaires précédents que les nouvelles sportives sont largement suivies. L'actualité algérienne représente 23 % des interactions, comme l'a expliqué le responsable des réseaux sociaux. Il a souligné que le contenu le plus attractif pour le public est celui exclusivement lié à l'Algérie, qu'il s'agisse de la présidence, de l'armée algérienne, de la défense nationale, etc. En effet, la page ne se contente pas de rester en ligne, elle se déplace sur le terrain pour transmettre l'information de manière plus directe et immersive. Enrichissant ainsi la couverture médiatique et renforçant le lien entre la page et son public.

La part de 15 % dévolue à la culture se répartit entre la couverture cinématographique, illustrée par des événements tels que le Festival du Film Méditerranéen à Annaba, et l'aspect culturel dans le cadre des échanges entre l'Algérie et la Russie. Parmi ces derniers, on retrouve la couverture des festivals de musique symphonique, des festivals internationaux de danse contemporaine, et bien d'autres événements culturels favorisant les échanges artistiques et enrichissant le dialogue entre les deux pays.

Le pourcentage restant est réparti de la manière suivante : presque 5% pour les vidéos virales, 4 % pour la couverture de la guerre contre Gaza, 2 % pour l'actualité russe, et 3 % pour l'actualité militaire algérienne. Ces chiffres reflètent un niveau d'engagement et d'interaction relativement faible avec ces sujets. Il convient de noter que parfois, certaines vidéos au sein de la même catégorie peuvent prendre de l'ampleur par rapport aux autres, ce qui peut influencer la répartition des interactions.

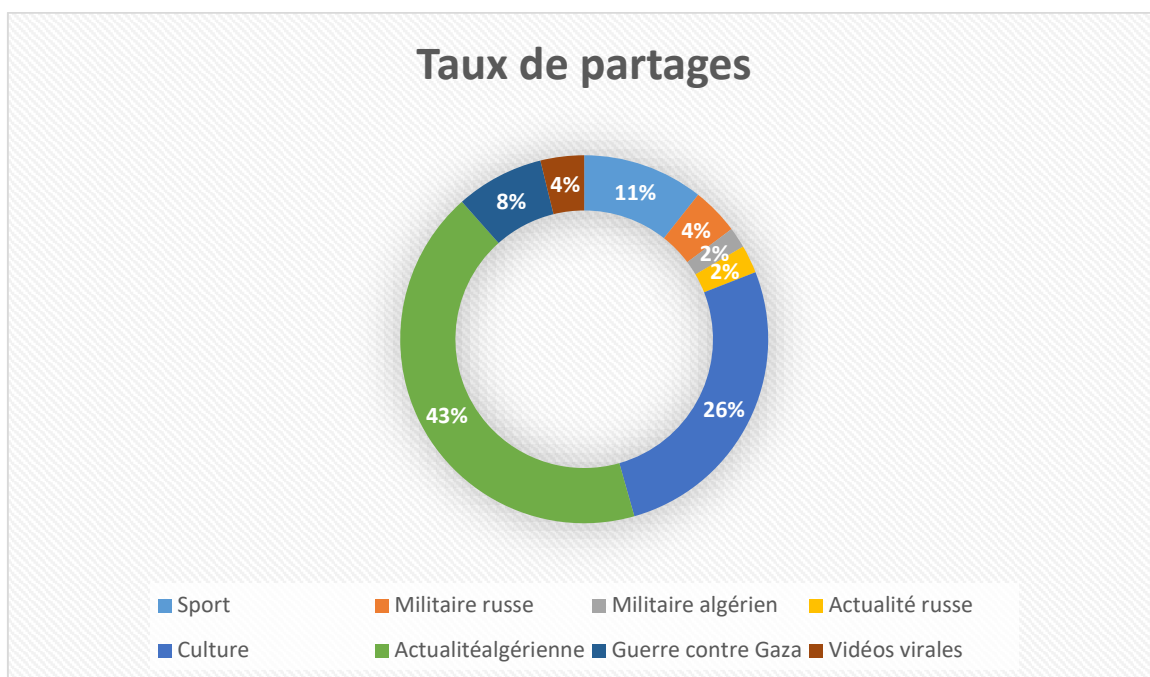
Graphique 12 : Taux des commentaires sur les Reels de la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.



Source : élaboré par nos soins à l'aide de l'Excel

Il est observé que les utilisateurs algériens de la page privilégient les likes plutôt que les commentaires. Cependant, selon le graphique, on constate que le sport représente la plus grande part, soit 50% du total, ce qui signifie la moitié du pourcentage. Ensuite, viennent la guerre contre Gaza et l'actualité algérienne, avec des pourcentages assez proches. Enfin, la culture représente une part significative des interactions, suivie par les catégories restantes qui présentent des interactions plus faibles.

Graphique 13 : taux de partages sur les Réels de la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024



Source : élaboré par nos soins à l'aide de l'Excel .

La majorité des partages ont été pour l'actualité en Algérie, suivie de la culture, puis par le sport, et enfin les autres catégories avec des pourcentages plus faibles de diffusion. Il est remarquable que certaines catégories continuent à dominer, telles que l'actualité et la politique en Algérie, ainsi que la culture et le sport.

Contrairement à nos attentes, la guerre contre Gaza n'a pas suscité beaucoup d'engagement de la part des internautes, malgré les efforts déployés par la page pour sensibiliser à cette cause et l'importance qu'elle accorde à ses événements. La faible interaction peut être attribuée aux algorithmes du réseau social Facebook qui censurent les publications concernant la Palestine et entravent leur diffusion à un large public.

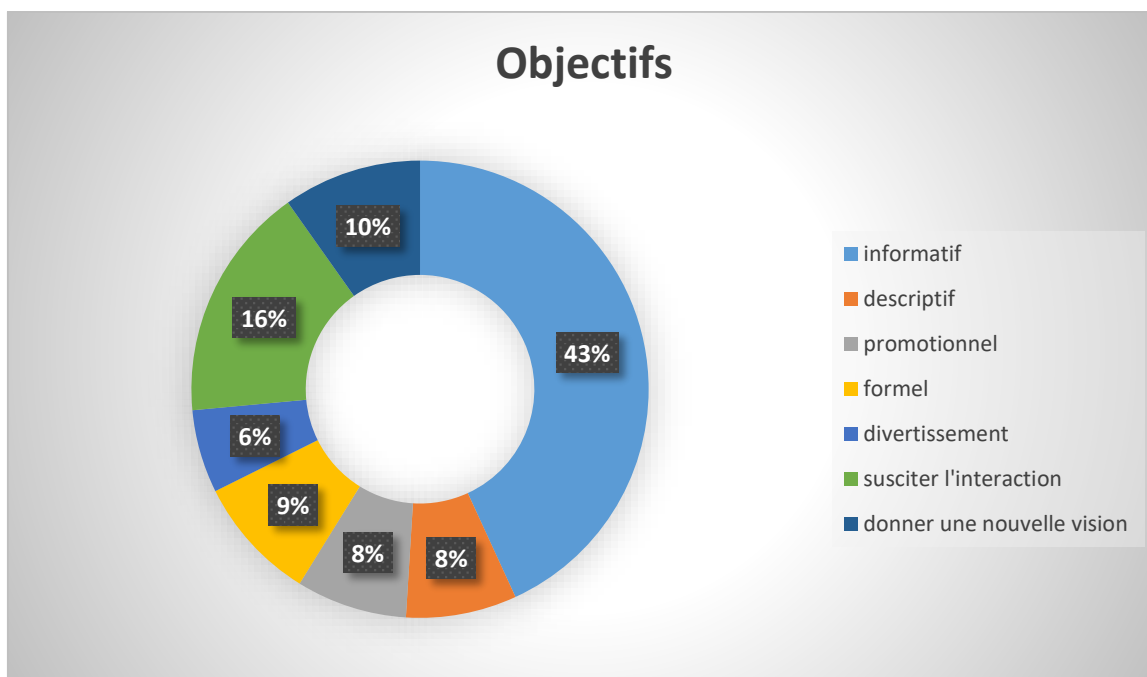
f) Catégorie des objectifs :

Tableau 12 : Les objectifs des Réels partagés sur la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.

Objectifs	Nombre de Réels	Pourcentage
Informatif	44	43.13%
Descriptif	8	7.84%
Promotionnel	8	7.84%
Formel	9	8.82
divertissement	6	5.88%
Susciter l'interaction	17	16.66%
Donner une vision alternative	10	9.80%
Total	102	100%

Source : élaboré par nos soins, 2024.

Graphique 14 : Les objectifs des Réels partagés sur la page Facebook RT Arabic Algérie durant la période du 20 au 26 Avril 2024.



Source élaboré par nos soins à l'aide de l'Excel, 2024.

D'après le tableau, il est évident que 43% des objectifs de la page Facebook RT Arabic Algérie sont d'informer le public sur l'actualité nationale et internationale, ainsi que susciter la réflexion et à encourager le débat sur la politique internationale. Cela montre clairement son intention de se positionner comme une source d'informations crédible et réactive, transmettant les faits de manière claire et concise. La page cherche également à sensibiliser le public et à renforcer la visibilité de la cause palestinienne sur la scène médiatique internationale, engageant le public autour de cette situation. La solidarité avec la Palestine est manifeste, avec un effort pour susciter la réflexion sur la situation à Gaza en informant et décrivant les événements sur place, comme indiqué par les 16% du contenu visant à évoquer des émotions chez les spectateurs. Cela permet de capturer l'attention du public et de transmettre un message de soutien de manière percutante et mémorable.

En outre, 6% du contenu est lié au divertissement, souvent centré sur des moments festifs et symboliques pour les Algériens. Ces publications renforcent le sentiment d'unité et de fierté nationale parmi les spectateurs et les supporters, capturant l'excitation et l'enthousiasme grâce à des détails visuels immersifs. Pour les fêtes ou événements nationaux, la page vise également à promouvoir ces moments, créant une atmosphère festive.

Enfin, 10% du contenu cherche à offrir une perspective nouvelle dans le traitement de l'information, différenciant la page des autres médias. Cela vise à renforcer l'image de RT Arabic Algérie et à affirmer son identité en tant que plateforme reflétant les valeurs et les intérêts de l'Algérie, tout en se positionnant comme un média alternatif.

CHAPITRE V : discussion des résultats

Discussion des résultats

- La filiale de RT en Algérie vise à servir la ligne éditoriale des deux pays, Cela montre qu'il y a deux lignes à suivre : l'une pour la Russie et l'autre pour l'Algérie.³⁸
- La page se focalise sur les "Reels" ou les vidéos courtes, car elles permettent d'atteindre un plus large public et d'enrichir le contenu
- La page met en avant les perspectives russes sur les questions géopolitiques en vue de renforcer la l'image de la Russie en Algérie.
- La présence médiatique de RT Arabic en Algérie, via les réseaux sociaux, vise à consolider les relations bilatérales entre la Russie et l'Algérie
- La page met en avant le domaine de l'armement de la Russie et aussi de l'Algérie, ainsi que la coopération entre les deux Etats dans ce secteur et les partenariats stratégiques.
- La page accorde une part importante à l'actualité en Algérie, visant à informer les Algériens sur divers sujets dans le pays afin de refléter la richesse et la diversité de la vie en Algérie.
- La page diffuse des points de vue alternatifs, notamment russe donnant ainsi une vision nouvelle et stimulant le débat sur les enjeux internationaux.
- La page cherche à se positionner comme une source fiable et impartiale d'informations en langue arabe offrant une perspective critique et diversifiée
- La page Facebook RT Arabic Algérie a une ambition de devenir un acteur de premier plan dans le paysage médiatique algérien en atteignant directement le public via les réseaux sociaux, en se basant sur les reels pour créer un contenu qui résonne culturellement avec les algériens, favorisant ainsi une connexion plus profonde et une meilleure réception de leur message médiatique.
- La musique est utilisée selon le contexte à fin de créer une connexion émotionnelle avec le public et attirer l'attention des abonnés.
- Les Réels permettent à RT Arabic d'être plus réactive aux événements actuels, en diffusant rapidement les informations, ce qui peut renforcer la perception de la chaîne comme une source d'information rapide.
- La page choisit de partager des contenus qui sont pertinents pour son public cible en Algérie et vise à atteindre une communauté étendue dans la région du Maghreb et dans les pays arabophones

³⁸ Voir annexe 03

- La page vise à booster l'interaction et l'engagement des abonnés en sélectionnant des actualités qui incitent à l'interaction et en sollicitant des avis. Cependant, elle manque d'une stratégie de communication active, telle que poser des questions ou organiser des sondages.

Discussion des hypothèses :

Hypothèse 01 :

La Russie possède une stratégie transnationale d'influence médiatique à travers l'usage de ses médias officiels qui travaillent à promouvoir son image pour se propager et influencer l'opinion publique en Algérie en mettant en avant des thèmes et des perspectives alignés avec les intérêts géopolitiques russes.

Nous validons la première hypothèse, car l'ouverture d'un bureau régional en Algérie s'inscrit dans la stratégie transnationale d'influence médiatique de la chaîne RT à Moscou qui cherche à exercer une influence médiatique à l'échelle internationale. Ce choix stratégique est le résultat d'une analyse approfondie des opportunités et des défis dans la région, prenant en compte les particularités culturelles, politiques et médiatiques propres à l'Algérie.

Ainsi, la création de la page Facebook de RT en Algérie découle de cette stratégie, visant à pénétrer efficacement le marché algérien et à étendre leur portée dans la région. Cela implique une adaptation des contenus et des messages pour mieux correspondre aux préoccupations et aux intérêts du public local.

De plus, cette démarche s'aligne sur l'objectif plus large de RT de devenir une source d'information de premier plan dans la région. En établissant une présence sur les réseaux sociaux, la création de la page Facebook de RT en Algérie est un élément crucial de la stratégie de croissance et d'influence de la chaîne, démontrant son engagement envers la communauté algérienne et sa volonté d'y investir des ressources significatives.

Hypothèse 02 :

La page propose des récits alternatifs qui remettent en question les discours dominants de l'Occident en offrant des perspectives différentes sur les événements internationaux et régionaux.

Effectivement, la page propose des narratifs alternatifs qui peuvent contester les discours dominants occidentaux, en offrant des perspectives différentes sur les événements internationaux et régionaux. Cela signifie qu'elle ne se contente pas de relayer les narratifs traditionnels ou majoritairement acceptés par les médias occidentaux, mais cherche activement

à offrir des perspectives différentes et souvent marginalisées. Ces perspectives alternatives peuvent provenir de diverses sources, telles que des experts, des activistes, des témoins oculaires ou des analyses indépendantes. Cette approche contribue également à diversifier le paysage médiatique en offrant une plateforme à des voix et des perspectives souvent exclues des grands médias dominants. Ce qui est essentiel pour une compréhension plus complète et nuancée des enjeux contemporains.

Hypothèse 03 :

RT Arabic en Algérie diversifie ses contenus en utilisant des Reels pour toucher différents segments de la population, notamment les jeunes, en combinant actualités, divertissement et sujets sociaux pour maximiser l'engagement et l'influence.

C'est vrai que la page vise à toucher différents segments de la population mais pour ce but elle a ouvert une autre page dédiée spécialement au divertissement et la culture appelée « 7na+ ». Cette initiative vise à répondre aux intérêts des jeunes. En offrant un contenu adapté à leurs centres d'intérêt, tels que des vidéos amusantes, des tendances culturelles et des sujets liés à la jeunesse, la page cherche à établir une connexion plus forte et plus authentique avec ce segment de la population. Ce faisant, RT Arabic en Algérie cherche à consolider sa présence en ligne et à renforcer son engagement auprès d'un public clé.

Conclusion :

Il est gratifiant de constater que nos hypothèses sont en parfait accord avec les résultats obtenus. Cela confirme la justesse de notre démarche analytique et la compréhension approfondie du sujet étudié.

En conclusion, notre étude sur la stratégie transnationale d'influence médiatique russe en Algérie a porté ses fruits en analysant les Reels de la page Facebook RT Arabic Algérie, affiliée au bureau RT en Algérie, sur une période de sept jours. Cependant, nous sommes conscients que cette analyse n'a couvert qu'un aspect spécifique de ce domaine de recherche. Ainsi, il reste encore beaucoup à explorer. Nous recommandons donc des recherches futures pour étudier divers autres aspects de la présence médiatique russe en Algérie pour obtenir une compréhension plus complète et nuancée de l'influence russe dans le paysage médiatique algérien.

Bibliographie

Sites électroniques :

Ambassade de la Fédération de Russie en République Algérienne Démocratique et Populaire. "Relations russo-algériennes". Consulté en ligne sur : https://algerie.mid.ru/fr/russie_et_algerie/relations_russo_algeriennes/, le 10 mars 2024.

Mamchii, Oleksandra. "The Role of Media In Carrying Out Diplomacy In 2024." BEST DIPLOMATS. 25 mai 2023. Consulté le 5 avril 2024. <https://bestdiplomats.org/role-of-media-in-diplomacy/>.

Amine, Mahdi. "Russia Today annonce l'ouverture de son bureau en Algérie (officiel)." Algérie 360, 8 décembre 2023. <https://www.algerie360.com/russia-today-annonce-louverture-de-son-bureau-en-algerie-officiel/>.

"Tout savoir sur les Reels Instagram", Your Comics, <https://your-comics.com/reels-instagram/> (consulté le 9 mai 2024).

Alois, Alric. "Les médias transnationaux, acteurs oubliés de la diplomatie publique." Swiss Diplomacy and Security Analysis, 20 mars 2024. Consulté le 11 mai 2024. <https://sdsa-geneve.ch/index.php/2024/03/20/les-medias-transnationaux-acteurs-oublies-de-la-diplomatie-publique/>.

Sputnik Afrique. (s.d). Qui sommes-nous ? Récupéré sur https://fr.sputniknews.africa/docs/qui_sommes_nous.html

Articles en ligne :

Maxime Audinet, et Kévin Limonier, "Le dispositif d'influence informationnelle de la Russie en Afrique subsaharienne francophone : un écosystème flexible et composite," Questions de communication Q 2022/1 (n° 41) :129-148. Éditions de l'Université de Lorraine, consulté sur Cairn.info le 1 mars 2024 (mis en ligne le 20/10/2022), URL : <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2022-1-page-129.htm?contenu=article>.

Limonier Kevin, 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. Consulté sur Cairn.info.

Reuves scientifiques :

Pinel, Malcolm. "La pensée stratégique russe : résurgence de la tradition militaire soviétique ?" Revue Défense Nationale (RDN), Tribune n° 1030, 26 juillet 2018, pages 3-4.

Affagnon, Qemal. "Russia in Africa: Power Ambition and Strategic Media Hubs." European Scientific Journal 18, no. 12 (April 2022): p 143-151.

Audinet, Maxime. "Quel soft power pour la Russie ?" Focus. Les Grands Dossiers de Diplomatie n° 40 Affaires stratégiques et relations internationales (Aout - Septembre 2017): 48-49.

Institution de recherche :

Hirsbrunner, Charlotte, et Niklas Masuhr. "L’empreinte de la Russie en Afrique." Politique de sécurité : analyses du CSS no. 318 (Février 2023). Centre d'études de sécurité de l'ETH Zurich.

Entretiens :

Bilal Zaouche, responsable du design et de la publication sur les réseaux sociaux du bureau RT en Algérie, par Nedjwa Haiahem, 6 mai 2024, entretien en personne sur la stratégie de publication de la page Facebook RT arabic Algérie. Voir Annexe 01.

Hassan Merabet, journaliste au bureau RT Arabic en Algérie, par Nedjwa Haiahem, 15 mai, 2024 entretien en personne sur la stratégie médiatique de la rédaction sur la page Facebook RT Arabic Algérie. Voir Annexe 02.

Nidhal Djireb, infographe au bureau RT Arabic en Algérie, par Nedjwa Haiahem, le 16 mai, 2024, entretien en personne sur l'utilisation de la musique dans les reels de la page Facebook RT Arabic Algérie. Voir Annexe 03.

En langue arabe

Middle East Council of Global Affairs. "هل تتخطى التعاون العسكري؟"،
يناير 2024. consulté le 22 mai 2024. disponible sur :
<https://mecouncil.org/publication/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A%D9%91%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%88%D8%B3%D9%8A%D9%91%D8%A9-%D9%87%D9%84-%D8%AA%D8%AA%D8%AE%D8%B7/?lang=ar>

01 no. مروي، زهر. "العلاقات الجزائرية الروسية: الحداثات، الأبعاد والتطورات الراهنة." المجلة الجزائرية للأمن الإنساني 06
(جانفي 2): 1249-1250.

Liste des Annexes



Ecole nationale supérieure de journalisme et des sciences de l'information

Annexe 01 : grille d'analyse de contenu

Sous la direction de Pr.Benzaoui

Réalisé par : Nedjwa Haiahem

Thème :

La stratégie transnationale d'influence médiatique russe en algerie

Les Reels de la page Facebook RT Arabic en Algérie comme cas d'étude

Du 20 au 26 Avril 2024

Année : 2023/ 2024

1. Catégories de forme :

a) Catégorie du format de langue :

Reels en arabe littéraire ●

Reels en dialecte Algérien ●

b) Catégorie de format du Reel :

Reels avec musique ●

Reels avec audio original ●

Reels Sans audio ●

Reels avec légende ●

c) Catégorie de format de publication :

Reels titre sur vidéo ●

Reels texte sur image ●

Reel image seule ●

2. Catégorie de contenu :

a) Catégorie de sujets :

Reels traitant de l'actualité en Algérie ●

Reels traitant l'actualité de la

guerre contre Gaza ●

Reels traitant de l'actualité de la Russie ●

Reels d'actualités internationales ●

Les thèmes récurrents dans le traitement de l'actualité algérienne :

Politique ●

Sport ●

Culture ●

Actualités locales ●

Militaire ●

Partenariat algérien avec le moyen orient ●

Relations de l'Algérie avec le grand

Maghreb ●

b) Catégorie de la source d'informations :

Contenu original ●

La chaîne mère RT ●

Correspondant ●

Sources mentionnées ●

Vidéos virales ●

c) Cible de l'influence

Public algérien ● Public maghrébin ● Public arabe ●

d) Catégorie des formes d'interaction du public avec les publications

Catégorie : Le nombre de likes

De 1 à 99 ● De 100 à 199 ● De 200 à 1000 ● De 1000 à 20000 ●

Catégorie : Le nombre de commentaires

Non disponible ● De 1 à 9 ● De 10 à 19 ● De 20 à 150 ●
De 151 à plus de 1000 ●

Catégorie : Le nombre de partages

Non disponible ● De 1 à 9 ● De 10 à 20 ● De 20 à 100 ●
De 100 à plus de 1000 ●

e) Catégorie des objectifs :

Informatif ● Descriptif ● Promotionnel ● Formel ●
Divertissement ● Susciter l'interaction ● Donner une vision
alternative ●

Annexe 02 :

Entretien avec Mr. Bilal Zaouche, le Designer et le responsable de la publication sur les réseaux sociaux du bureau RT Arabic en Algérie :

Quelle est la stratégie médiatique russe en matière de diffusion de l'actualité ?

Du point de vue médiatique, vous pouvez le voir avec un journaliste ou un rédacteur. Mais d'un point de vue technique, nous nous concentrons sur les "Reels" ou les vidéos courtes, qui sont généralement au format vertical car elles permettent d'atteindre un plus large public. De nos jours, les gens regardent principalement sur leurs téléphones, ce qui leur permet de visionner de nombreuses vidéos en une journée avec juste un mouvement de doigt. C'est pourquoi nous nous concentrons sur les "Reels", parfois de 30 secondes à un maximum d'une minute et demi. Nous privilégions la technique des "Reels" car les vidéos courtes sont le moyen le plus efficace de transmettre l'information et sont également plus convaincantes. À travers la vidéo, vous pouvez être convaincu par une nouvelle et la comprendre mieux, contrairement à une image que vous ne voyez que pendant quelques secondes au maximum. La vidéo vous permet de vous immerger dans l'information et de la recevoir de manière efficace. Nous, à RT, nous mettons l'accent sur la vidéo et les vues. Notre objectif est d'atteindre un grand nombre de vues sur la vidéo car, selon notre expérience, c'est le moyen le plus convaincant pour le public.

Quels sont les objectifs que le bureau d'Alger vise à atteindre ?

Nous avons pour vision de devenir la plus grande page étrangère d'actualités en Algérie. C'est un objectif ambitieux car il y a beaucoup de concurrents. Mais en termes de vision globale du bureau, je ne suis pas en mesure de répondre à cela, il faudrait poser cette question à la directrice.

Votre activité est importante sur Facebook avec près de 40 publications par jour. Quelle est la raison de cette activité intense sur la page et comment obtenez-vous toutes ces informations en une seule journée ?

Nous avons une équipe professionnelle dédiée à son travail, que ce soit des journalistes ou des techniciens, etc. Notre visibilité vient d'abord de notre activité sur les réseaux sociaux, puis de la diffusion de nos journalistes et de leur couverture des nouvelles. En outre, notre activité ne se limite pas à l'Algérie. Notre bureau est régional, donc sur nos pages, nous ne couvrons pas seulement les nouvelles algériennes, mais aussi Gaza, la Palestine, les pays voisins comme la Tunisie, la Libye, les pays arabes, etc. En outre, vous trouverez une grande variété de nouvelles.

Cela signifie-t-il que le public cible n'est pas seulement algérien mais aussi régional ?

Non, le public de la page est algérien, mais nous avons deux catégories de public visées : le public algérien et le public arabe, car ce bureau est régional, couvrant l'Afrique du Nord. Peut-être dans un an ou deux, nous pourrions élargir notre public pour ne pas nous limiter seulement aux Algériens, mais également atteindre la Libye, la Tunisie, le Maroc, l'Égypte, le Soudan, car ce sont des pays d'Afrique du Nord que nous pouvons atteindre avec toutes les qualifications nécessaires.

Y a-t-il un objectif numérique à atteindre chaque jour ou cela dépend-il de la disponibilité de l'information ?

D'abord, cela dépend de la disponibilité de l'information, mais la stratégie que nous suivons pour la vidéo, comme je l'ai mentionné précédemment, est qu'il devrait y avoir au moins une vidéo ou un reel chaque heure. Parfois, le nombre de nouvelles publiées peut dépasser 60 par jour, de 7h00 du matin à 23h00. C'est pour les heures de travail. Après les heures de travail, nous planifions les publications ou les vidéos pour qu'elles soient publiées tard dans la nuit, par exemple à 1h00 ou 12h00. Nous couvrons donc toute la journée avec des publications et des nouvelles."

Quelle est la stratégie éditoriale utilisée pour choisir les sujets de publication ?

Il existe des critères liés à la spécificité algérienne, comme les coutumes et les traditions. Il y a un public qui aime une chose particulière et ne veut pas voir autre chose. Nous nous concentrons uniquement sur les nouvelles à cet égard. Parfois, il y a des nouvelles secondaires, culturelles, sportives, voire artistiques. Cette diversité vous permet d'atteindre un public plus large que le

public d'information qui ne veut voir que des nouvelles. Il y a des pages d'actualités qui se concentrent uniquement sur les nouvelles et d'autres pages d'actualités avec des publications variées, comme la culture ou la comédie. Par exemple, une vidéo d'un incident drôle peut attirer l'attention. Cette diversité vous permet d'atteindre le plus grand nombre possible de followers en fonction de leurs intérêts. Certains n'aiment pas les nouvelles et préfèrent les sujets populaires, comme un magasin qui est cambriolé ou une voiture qui tombe en panne.

Cela signifie-t-il que vous ne vous concentrez pas sur un certain type de nouvelles, qu'il s'agisse de culture ou de politique ?

Pas nécessairement, cela dépend des intérêts du public que nous visons, qu'il s'agisse d'âge ou d'intérêts personnels. Par exemple, les 18-25 ans, une tranche de jeunesse, ne s'intéressent pas beaucoup à l'actualité, ils préfèrent les nouvelles de célébrités et d'Instagram. Et au-delà de 25 ans, ils préfèrent suivre les nouvelles politiques. C'est réciproque et bien d'autres choses.

Comment mesurez-vous l'interaction du public avec le contenu et quelles sont les sujets les plus interactifs et comment ces mesures sont utilisées pour informer la stratégie de contenu ?

Le contenu le plus attractif pour les gens est celui lié exclusivement à l'Algérie, que ce soit la présidence, l'armée algérienne, la défense nationale, ainsi que les nouvelles sportives. Le peuple algérien est très intéressé par les nouvelles sportives. Et bien sûr, il y a ceux qui s'intéressent aux nouvelles russes. D'un autre côté, les nouvelles virales sont largement suivies, en particulier lorsqu'elles sont sous forme de vidéos. Lorsqu'une vidéo devient virale, que ce soit en Algérie, au Maroc ou ailleurs, elle suscite souvent une réaction. Par exemple, une vidéo en provenance de l'Inde, devenue virale après la chute d'un temple, a été visionnée plus de 100 000 fois. Cela montre que le public algérien ne se concentre pas uniquement sur les actualités algériennes, mais aime la diversité.

Quelles sont les contraintes que vous rencontrez lors de la publication de contenu sur la page, comme les contraintes légales, culturelles ou éthiques des deux côtés, algérien et russe, et comment affectent-elles le processus d'édition ?

En général, le contenu lié à la violence reçoit un avertissement ou une punition de la part de Facebook, de même que le contenu palestinien, pour lequel nous agissons avec prudence. Parfois, il y a des mots qui sont interdits et nous les censurons pour contourner cela, comme le mot "Hamass", car pour Facebook, c'est une organisation terroriste. En fin de compte, Facebook est américain, donc nous évitons de laisser les algorithmes penser que nous promouvons le discours palestinien ou que nous y sommes intéressés, car cela pourrait entraîner des sanctions, voire la suppression de la page. Il y a aussi des restrictions liées au droit d'auteur : lorsque quelqu'un publie une vidéo, il en détient la propriété et nous ne pouvons pas l'utiliser sans l'autorisation de l'éditeur. Nous utilisons alors la technique de l'incrustation pour indiquer que la vidéo ne nous appartient pas, afin d'éviter les sanctions, mais cela peut rendre le travail un peu plus compliqué.

Quelles sont les restrictions en matière de droit algérien ?

Je n'ai pas d'expérience en droit algérien, mais lorsqu'il y a des photos d'enfants, je floute leur visage ou je ne publie pas leur photo, car moralement, il n'est pas permis de publier la photo d'un enfant sur les réseaux sociaux selon la loi algérienne. Pour le reste des contraintes éditoriales, vous pouvez voir cela avec le rédacteur en chef. Je n'ai pas d'informations à ce sujet.

Nous contrôlons ce qui concerne les restrictions de publication sur Facebook en évitant les mots qui pourraient être soumis à des restrictions, ainsi que les images. Par exemple, si Ismaïl Haniyeh visite l'Algérie et prend une photo avec Tebboune, d'après ce que j'ai appris, j'évite de publier la photo car elle pourrait poser des problèmes ou être supprimée. Nous contournerons cela en ne publiant que les mots sans l'image.

Combien de public visez-vous à atteindre ?

Actuellement, avant la fin du deuxième trimestre de 2024, nous voulons atteindre 1 million de followers sur la page Facebook. Nous sommes actuellement à 600 000.

Comment comptez-vous y parvenir ?

En travaillant avec des campagnes publicitaires et des vidéos Reels.

Le nombre d'abonnés augmente-t-il chaque jour ?

Certainement, chaque jour, que ce soit de manière organique ou grâce aux campagnes publicitaires sponsorisées.

Annexe 03 :

Entretien avec le journaliste Hassan Merabet sur la stratégie médiatique de la rédaction sur la page Facebook RT Arabic Algérie.

Vous avez beaucoup de noms de domaine concernant des pages sous d'autres noms ou sites web, etc., mais ils appartiennent à la même page... Pourquoi ?

Après la guerre en Ukraine, il y a eu un grand changement sur la chaîne RT et les médias qui lui sont affiliés, en particulier ceux portant le logo de RT, indiquant clairement qu'il s'agit d'une chaîne russe ou d'un organe de presse russe. Parmi les stratégies de la Russie aujourd'hui, il y a la diversification des médias sous d'autres noms pour étendre davantage l'influence éditoriale russe dans le monde, y compris en Afrique du Nord, au Moyen-Orient et ailleurs.

Donc cela cible principalement l'Occident, qui n'accepte pas la guerre

Bien sûr, c'est une guerre médiatique contre l'Occident ou une défense médiatique pour faire face à l'Occident dans le cadre de cette guerre. Sur Facebook et d'autres plateformes médiatiques, le contenu médiatique russe est devenu plus restreint. Par exemple, certaines expressions, si vous les publiez sur la page, peuvent entraîner un blocage de la page. C'est pourquoi il y a une diversification des sources. Par exemple, RT Algérie est clairement affiliée à la page, mais il y a d'autres pages comme "7na", et nous avons un site web "Bezzaf News" qui avait une influence similaire à RT en ligne. Ils servent tous la Russie, que ce soit en Afrique du Nord, au Moyen-Orient ou ailleurs.

Quel est votre travail principal en tant que producteur de nouvelles ?

Quand je viens le matin, je cherche des sources d'actualités à traiter. Bien sûr, cela doit servir les orientations de la Russie et de l'Algérie, car je ne peux pas écrire une nouvelle qui porterait préjudice à mon pays ou à la Russie. Il y a une ligne éditoriale à suivre. Cette ligne éditoriale vient de la chaîne RT. Dans toute entreprise médiatique, vous servez sa ligne éditoriale, et si vous n'êtes pas d'accord avec la ligne éditoriale, vous pouvez démissionner.

Est-ce que cela explique la part importante que prend la Russie chaque jour dans votre couverture des nouvelles ?

Il y a un espace spécifique où nous couvrons toutes les nouvelles internationales, locales et régionales importantes, y compris les nouvelles russes.

Y a-t-il un type spécifique sur lequel vous vous concentrez ou est-ce général ?

En général, nous couvrons à peu près toutes les nouvelles et si elle concerne la Russie, elle a la priorité.

J'ai noté que vous vous intéressez beaucoup aux nouvelles militaires russes. Pourquoi ?

Tout d'abord, il y a une relation historique étroite entre l'Algérie et la Russie, de l'Union soviétique à nos jours, et il y a une coopération militaire entre l'Algérie et la Russie.

Mais les nouvelles concernant la Russie qui sont publiés sur votre page ciblant les Algériens suscitent-elles un intérêt ?

Si vous remarquez sur la page, lorsque nous publions un sujet spécifique comme "l'Algérie a acquis un sous-marin russe" avec ses spécifications, vous verrez un grand intérêt dans les commentaires de la part des algériens et des éloges pour l'armement russe.

Cela signifie que le peuple algérien accepte la présence russe en Algérie ?

Non seulement ils l'acceptent, mais ils aiment aussi la Russie.

J'ai également trouvé qu'il y a un type de nouvelles qui s'oppose à l'Occident avec des critiques, etc.

Oui, vous remarquez bien. Tout ce qui est négatif sur la France, les états unis et la Grande-Bretagne est mis en avant. Cela fait partie de la ligne éditoriale.

Quelles sont les grandes lignes à suivre dans l'éditorial et les choses à éviter ?

Il y a parfois une appréciation éditoriale, par exemple, si un article semble douteux, il faut d'abord s'assurer de la source ou contacter le rédacteur en chef pour voir s'il pourrait poser problème s'il était publié. Cela on évite de le publier.

Quels sont également les principes éditoriaux à suivre ?

D'abord, servir la ligne éditoriale du pays, car le bureau est en Algérie et est officiellement accrédité par la présidence. Cela montre qu'il y a deux lignes - l'une pour la Russie et l'autre pour l'Algérie. Peut-être vous avez remarqué que RT est l'une des chaînes les plus neutres par rapport à d'autres. Selon la ligne éditoriale de la page, nous sommes comme des Russes en Algérie, c'est-à-dire "les nouvelles algériennes à travers des yeux russes". C'est la philosophie que suit la page.

Vous avez un volume énorme d'activité tout au long de la journée, jusqu'à 60 publications. Comment obtenez-vous autant d'informations en une journée ?

Tout d'abord, il y a beaucoup d'activités à l'intérieur du pays et de nombreux événements se produisent localement et internationalement, et le journaliste doit avoir des sources. Même si la source n'est pas disponible, il doit rechercher les nouvelles non publiées. Cela dépend de l'expérience du journaliste. Nous travaillons en journée continue, du matin jusqu'au soir.

Les sources d'informations sont-elles externes ou vous allez sur le terrain ?

Je ne vais pas sur le terrain, je travaille au bureau et je me fie à des sources officielles. Je dois vérifier la source et l'information pour éviter les erreurs professionnelles.

Quand je regarde les Reels sur votre page, parfois vous ne mentionnez pas la source de l'information, par exemple, celles concernant les manifestations en E.U.

Il y a des nouvelles qui circulent, nous les écrivons comme des nouvelles virales. La plupart des vidéos concernant Israël et les états unis sont prises de RT, sinon, nous ne les publions que si nous avons vérifié la source pour éviter les risques. Mais nous ne publions rien tant que la véracité de la nouvelle n'est pas confirmée, même si nous ne la publions pas en raison de sa longueur, nous essayons de la réduire.

Donc, vous évitez les fausses nouvelles ? Parce que les médias occidentaux accusent la Russie de propager de fausses nouvelles en Afrique.

Bien sûr.

Nous avons parlé du côté russe, mais y a-t-il aussi un côté de restriction de l'algérien ?

Pour l'instant, depuis le lancement du bureau, il n'y a pas de pression, nous travaillons librement. Mais comme je vous l'ai dit précédemment, cela ne doit pas nuire à l'État.

Cela signifie que vous exercez une surveillance autonome ?

Bien sûr, ce n'est pas une surveillance autonome autant que c'est professionnel. Mais comme je l'ai dit, je suis journaliste chez RT depuis sept mois et nous travaillons ici en toute liberté, avec un respect professionnel pour ce que vous écrivez. Si cela nuit à mon pays en tant que citoyen, je n'accepte pas que quiconque écrive une nouvelle à ce sujet.

Dans mon analyse également, j'ai trouvé un aspect maghrébin.

Le bureau de Russie en Algérie est la porte d'entrée de la Russie vers l'Afrique, donc tout ce qui est local, régional, les pays voisins, les pays du Sahel et de l'Afrique, ainsi que les visites officielles ont une priorité. Nous ne parlons pas beaucoup du Maroc pour éviter toute sensibilité entre les deux pays.

Vous avez conclu des accords avec des institutions médiatiques telles que la chaîne internationale algérienne. Cela entre dans le cadre de quoi ?

La coopération pour l'échange d'expériences, d'informations et de formations pour les journalistes. Il y a eu un partenariat avec l'Université d'Alger pour la communication, où les étudiants ont été formés ici.

J'ai remarqué que la Russie met l'accent sur la formation dans le Sahel, par exemple, RT et Sputnik font la même chose, ils offrent des cours de formation aux journalistes africains.

Oui, c'est pour contribuer à la production de nouvelles hier. À RT, ils ont pris des journalistes d'Algérie et de tous les pays arabes, ils ont choisi quelques-uns pour suivre des formations d'un mois ou deux mois dans la chaîne, ce qui signifie qu'ils contribuent à la production de nouvelles avec les journalistes présents.

Est-ce pour apprendre les nouvelles à la manière russe ?

Non, c'est une formation pour améliorer les compétences et bénéficier et contribuer à l'ouverture envers les médias arabes. Vous ne pouvez pas écrire sur ces pays sans contribuer au développement des compétences des individus dans ces pays. Cela intensifie également la présence et l'activité.

Annexe 04 :

Entretien avec Nidhal Djireb, infographe au bureau RT Arabic en Algérie sur l'utilisation de la musique dans les Reels de la page :

J'ai remarqué que sur votre page, le contenu des actualités est diffusé avec l'audio original. En revanche, pour les sujets plus humains ou les déclarations, etc., vous utilisez souvent de la musique. Il y a même des reels sans audio. Pouvez-vous expliquer quand et pourquoi vous choisissez d'utiliser de la musique ?

Parmi les algorithmes des Reels, la musique joue un rôle crucial. Il n'existe pas de reel sans musique, car cela fait partie des algorithmes des réseaux sociaux. Les reels sont courts parce que l'algorithme favorise leur diffusion par rapport aux vidéos longues. Nous suivons les mises à jour de Meta, qui nous impose d'utiliser certaines musiques. Il y a des musiques non fournies par Meta qui ne sont pas utilisables à cause des droits d'auteur.

Cela signifie que même la musique utilisée est fournie par la chaîne RT ?

Oui, RT ou toute autre grande chaîne professionnelle possède sa propre bibliothèque musicale avec tous les droits nécessaires. RT à Moscou et ses bureaux utilisent cette bibliothèque, et personne ne peut voler ces musiques.

Cela signifie que la musique fait partie intégrante de l'identité de la chaîne ?

Oui, la musique fait partie de l'identité de la chaîne. Donc, si RT publie une vidéo et qu'une plateforme non officielle prétend être RT, elle sera immédiatement fermée.

Pour protéger les droits ?

Oui, c'est un élément essentiel pour la protection des droits. Par exemple, on nous a supprimé le son d'une vidéo car nous n'avions pas les droits pour cette musique spécifique ici au bureau d'Alger. Ainsi, cette bibliothèque musicale autorisée en Algérie est utilisée selon le type de vidéo, qu'il s'agisse de sport, d'économie ou de déclarations, et elle varie en fonction du sujet.

Donc vous utilisez la musique selon le contexte ?

Le contenu numérique se compose d'images, de sons et d'informations. Il est impossible d'utiliser une image qui ne correspond pas à l'information, ou un son qui ne s'accorde pas. La coordination entre ces éléments est essentielle pour réussir le contenu. Cela est crucial pour construire des images, notamment dans les vidéos. Nous nous concentrons sur les Reels car ils sont plus diffusés que les vidéos longues et bénéficient d'un algorithme sur Meta.

Donc, en utilisant cette musique autorisée, vous êtes protégés contre les sanctions de Facebook ?

Oui, c'est correct.