

Quand l'émotion l'emporte sur la raison : les publics de RT France face au terme de *fake news*

Article inédit, mis en ligne le 18 novembre 2023.

Gulnara Zakharova

Gulnara Zakharova est doctorante au CARISM (EGIC ED 455) à l'Université Paris-Panthéon-Assas, où elle prépare sa thèse intitulée « RT France : identifier ses publics et comprendre leurs motivations ». Ses thématiques de recherche portent sur l'étude de publics, les médias transnationaux, l'internationalisation de l'information, l'analyse des commentaires sur les réseaux sociaux, les contre-publics en ligne, les publics affectifs et les publics militants.

gulnara.zakharova19@gmail.com

Plan de l'article

Introduction

Contrat de lecture et publics

Les stratégies de RT

Le reflet de la stratégie de « retournement de situation » dans les tweets de RT France au sujet des fake news

Le lien affectif entre RT et ses publics autour du sentiment de marginalisation et d'exclusion

Conclusion

Références bibliographiques

RÉSUMÉ

L'article examine le terme de *fake news* appliqué à RT France (anciennement *Russia Today*), chaîne transnationale d'information en continu financée par l'État russe. Accusée d'avoir diffusé des *fake news* depuis son lancement en 2017, la chaîne a été interdite dans l'UE en 2022 à la suite de l'invasion de l'Ukraine par la Russie. Or, elle a déployé une stratégie de « retournement de situation », se présentant comme la victime de la censure et objet de discrimination, créant de fait un lien affectif avec ses publics, qui se sentent marginalisés et exclus de l'espace public dominant. En s'appuyant sur la théorie des contre-publics subalternes et à travers des entretiens semi-directifs des utilisateurs Twitter, l'article démontre que les sympathisants de RT perçoivent le terme *fake news* comme une « étiquette », injustement attribué à la chaîne, qui renforce leur confiance à l'égard de RT France au lieu de les avertir des risques potentiels de la consommation de ses contenus.

Mots clés

RT France (*Russia Today*), médias transnationaux, contre-publics subalternes, publics affectifs, *fake news*, étude de publics

TITLE

Emotion over reason: RT France's publics' perception of the term "fake news"

Abstract

The article explores the term of fake news applied to RT France (previously known as Russia Today), a transnational news channel funded by the Russian state. Accused of broadcasting fake news since its launch in 2017, the channel was banned in the EU in 2022 following Russia's invasion of Ukraine. However, it has deployed a "turning tables" strategy, presenting itself as a victim of censorship and discrimination, creating an emotional bond with its publics who feel marginalized and excluded from the dominant public space. Within the theoretical framework of subaltern counterpublics and through semi-structured interviews with Twitter users, the article shows that RT's publics perceive the term of fake news as a "label" unfairly applied to the channel, which reinforces their trust in RT instead of warning them about potential risks of the channel's contents consumption.

Keywords

RT France (Russia Today), transnational media, subaltern counterpublics, affective publics, fake news, audience studies

TÍTULO

La emoción sobre la razón: la forma en que los públicos afectivos de RT France perciben el término "fake news"

Resumen

El artículo explora el término de *fake news* aplicada a RT France (anteriormente *Russia Today*), un canal de noticias transnacional financiado por el estado ruso. Acusado de difundir noticias falsas desde su lanzamiento en 2017, el canal fue prohibido en la UE en 2022 tras la invasión rusa de Ucrania. Sin embargo, ha desplegado una estrategia de "giro de la situación", presentándose como víctima de la censura y la discriminación, creando un vínculo afectivo con sus públicos que se sienten marginados y excluidos del espacio público dominante. En el marco teórico de los contrapúblicos subalternos y a través de entrevistas semiestructuradas con usuarios de Twitter, el artículo muestra que los públicos de RT perciben el término "fake news" como una "etiqueta" injustamente aplicada al canal, que refuerza su confianza en RT en lugar de advertirles sobre los riesgos potenciales del consumo de contenidos del canal.

Palabras clave

RT France (*Russia Today*), medios transnacionales, contrapúblicos subalternos, públicos afectivos, *fake news*, estudios de públicos

INTRODUCTION

Fake news, intox, propagande d'un côté, information « alternative » de l'autre, les qualificatifs diamétralement opposés ne manquent pas pour décrire RT France. Chaîne francophone d'information en continu appartenant au *holding* international RT financé par l'État russe, elle commence à diffuser en décembre 2017 et propose une vision « alternative » de l'actualité (d'où son slogan officiel : « Osez questionner »), s'opposant aux médias considérés comme « *mainstream* ». Étiquetée « l'œil de la Russie » par les médias nationaux, RT France rencontre des critiques depuis son lancement. Le président de la République Emmanuel Macron les a qualifiées, elle et l'agence de presse Sputnik,

« d'organes d'influence [...] et de propagande mensongère » en présence de Vladimir Poutine à une conférence de presse à Versailles en 2017 (*L'Express*, 2017). La start-up américaine *NewsGuard*, qui évalue la crédibilité des sources d'information en ligne, lui a attribué la note de 12,5 sur 100, en définissant RT comme « vecteur de désinformation et de propagande du gouvernement russe » (*NewsGuard*, 2022). En 2018, la chaîne a été mise en demeure par le Conseil supérieur de l'audiovisuel « pour des manquements à l'honnêteté, à la rigueur de l'information et à la diversité des points de vue » lors de son traitement de l'actualité syrienne (CSA, 2018). Sur Twitter, Facebook et YouTube, les publications de RT sont signalées comme « financées par l'État russe » (Twitter ; Facebook ; Google, 2019). RT a ainsi acquis une réputation peu enviable et pourtant, avant son interdiction en février 2022, elle a accumulé plus d'un million d'abonnés sur YouTube et Facebook en France.

Depuis le 28 février 2022, à la suite de l'invasion de l'Ukraine par la Russie, la chaîne a été interdite dans l'Union européenne, sur Facebook et Instagram et, depuis le 1er mars 2022, sur YouTube et Telegram. L'Arcom, régulateur français de l'audiovisuel, a par la suite coupé sa diffusion télévisée, puis le site web de RT France est devenu inaccessible à la demande du Conseil de l'Union européenne (*Journal Officiel de l'Union européenne*, 2022). YouTube a étendu l'interdiction au monde entier le 12 mars 2022 (*France 24*, 2022).

La diffusion de *fake news* paraît la raison principale de cette interdiction. Bien que ce terme ne soit pas employé dans le Règlement du Conseil de l'Union européenne qui a annoncé la suspension du média, RT se voit reprocher de « fausser et manipuler gravement les faits », ce qui renvoie à la définition de *fake news* : « des informations volontairement truquées, falsifiées et trompeuses » (Troude-Chastenet, 2018, p. 88).

L'objectif de cet article est d'explorer les limites du terme *fake news* dans son application à cet objet de recherche clivant, polémique et international. Pour ce faire, nous avons conduit 30 entretiens semi-directifs. L'étude démontre que le terme *fake news* est perçu par les publics de RT comme une étiquette qui lui est injustement collée, finalement elle ne sert qu'à renforcer leur lien affectif avec la chaîne, autour d'un sentiment partagé de marginalisation et d'exclusion.

CONTRAT DE LECTURE ET PUBLICS

Afin de comprendre de quelles manières se construit le lien entre RT et ses publics, il convient d'avoir un aperçu de la stratégie de la chaîne et du profil de ses publics, en nous appuyant sur la notion de « contrat de lecture » (Verón, 1985). Nos travaux précédents (Zakharova, à paraître) soulignent la manière dont RT met en avant les « contraintes » à son fonctionnement, pour se positionner en tant que victime de « censure » et de « discrimination » en France, et ce dans le cadre de ce que nous appelons une stratégie de « retournement de situation ». Ce terme de « retournement » est choisi puisqu'il décrit un « bouleversement, changement complet et dans un sens opposé d'une situation, d'un comportement » (*Larousse*). Les critiques à l'encontre de RT sont ainsi « retournées » contre leurs auteurs et servent à renforcer sa position au lieu de l'affaiblir. RT s'oppose ici à trois acteurs : les pouvoirs publics, les médias « mainstream »³ et les industries du numérique (GAFAM). Ils sont, les principaux acteurs des contraintes au fonctionnement de la chaîne. Grâce au double statut de RT – celui d'un média « français » « indépendant », « alternatif », comme la chaîne se définit elle-même, et également de sa dimension

.....

1. Les médias « *mainstream* » est une dénomination employée par RT pour désigner les médias conventionnels dans l'objectif de s'opposer à ces derniers. Ces médias seraient contrôlées, selon RT, par les pouvoirs publics occidentaux et les élites d'affaires (Yablokov, 2015, p. 306), et donneraient ainsi une couverture biaisée de l'actualité.

internationale en tant qu'un instrument de la diplomatie publique russe (Mattelart, 2018 ; Audinet, 2020), la chaîne met en avant ces deux composantes dans le cadre de cette stratégie. Cette dernière paraît efficace parce qu'elle est adaptée aux publics de la chaîne dans le cadre du contrat de lecture que RT a établi avec ces derniers.

Le peu d'études existantes sur les publics de RT indiquent qu'ils reflètent ses contenus (Crilley *et al.*, 2020, p. 3), que ce sont des publics de niche de militants (Ortung et Nelson, 2019), qu'ils se méfient des médias dits « mainstream » et qu'ils sont réceptifs aux théories du complot (Yablokov, 2015). Ils partagent souvent des opinions « anti-establishment, anti-corporatistes et anti-occidentales (particulièrement anti-américaines) » (Miazhevich, 2018, p. 578).

S'opposant aux institutions traditionnelles, ces publics peuvent être appréhendés en tant que contre-publics subalternes (Zakharova, 2022), qui sont « des arènes discursives parallèles dans lesquelles les membres des groupes sociaux subordonnés élaborent et diffusent des contre-discours, afin de formuler leur propre interprétation de leurs identités, leurs intérêts et leurs besoins » (Fraser, 1992, p. 138). Bien que cette notion soit traditionnellement appliquée à des contre-publics progressistes, certains travaux récents l'appliquent également à des contre-publics anti-démocratiques (Cammaerts, 2009 ; Holm, 2019 ; Adlung *et al.*, 2021). De plus, dans son étude des contre-publics en ligne, Malin Holm explore la notion de marginalisation qui n'est pas « structurelle mais plutôt basée sur le type d'intérêts et de besoins qui sont formulés intérieurement et exprimés vers des publics plus larges. » (Holm, 2019, p. 51). La consolidation des publics de RT s'articulerait ainsi autour du sentiment de marginalisation au niveau des représentations de leurs idées, de leurs valeurs et de leurs opinions dans l'espace public actuel. Ces publics se sentent marginalisés, la stratégie de retournement de situation développée par RT renforçant ce sentiment. Cette marginalisation fondée sur « le type d'intérêts et de besoins » renvoie, par exemple, à une « relative marginalité médiatique » (Gimenez et Voirol, 2017, p. 10) des communautés d'extrême droite, qui semblent faire partie des publics de RT (Vaissié, 2016 ; Mattelart, 2018) et qui ne connaissent pour autant de marginalisation économique. De même, selon Jen Schradie (2019), les conservateurs disposent généralement de ressources économiques plus importantes, et c'est l'une des raisons pour lesquelles ils se voient favorisés sur Internet.

La notion des publics affectifs (Papacharissi, 2014) trouve alors ici tout son sens. Selon Zizi Papacharissi, ce sont « les publics "reseautés" ("networked"), qui « se réunissent autour des "liens sentimentaux" ("bonds of sentiment") », et c'est ce lien qu'il est question d'explorer ici. Alors que la chaîne se présente comme « discriminée » dans le cadre de sa stratégie de retournement de situation, elle attire ces publics qui, eux aussi, se considèrent comme « exclus » de l'espace public « dominant » (Dahlgren, 2000). Dans une logique qui ressemble à celle des mouvements populistes, RT crée une opposition entre « nous » - RT et ses publics ou bien « le peuple discriminé », les « *underdogs* » (Yablokov, 2015, p. 306) - et « les autres » - les élites d'affaires, les responsables politiques. C'est ainsi que se crée le lien affectif entre RT et ses publics. Nous l'appelons « affectif » non pas pour le mettre en opposition avec des formes de rationalité, mais pour souligner que ce lien de proximité est avant tout sentimental. Il s'agit du sentiment partagé d'exclusion et de marginalisation. De même, pour Rhys Crilley, « l'ère de la politique "post-vérité" signifierait la victoire de l'émotion sur la raison - une ère où les faits ne sont pas aussi importants pour les politiciens et le public que le sentiment sous-jacent » (Crilley, 2018, p. 418), le *fact-checking* et la recherche des vérités absolues étant donc moins efficaces (Crilley, Chatterje-Doody, 2019).

LES STRATÉGIES DE RT

Afin d'explorer le rapport entre le terme *fake news* et RT France, nous avons choisi un corpus de 3209 tweets contenant à la fois l'expression *fake news* et la mention de @RTenfrançais, récoltés le 25 juillet 2022 entre 15h40 et 15h45 à l'aide du logiciel Minet (SciencesPo, 2019) et une extension Google *Urban VPN Proxy*, la chaîne n'étant plus accessible sur Twitter depuis la décision de l'UE. À l'exception de sept tweets en anglais et d'un seul contenant une expression en russe, tous les tweets sont en français, et sont en relation souvent directe avec les contenus de la chaîne en français. Le premier tweet a été publié le 27 novembre 2016, avant le lancement officiel de la chaîne qui a eu lieu en décembre 2017 ; le tweet le plus récent date du 14 juillet 2022.

Afin d'analyser la stratégie de RT, nous avons pris en compte les tweets de la chaîne (441 tweets qui font partie de l'ensemble des 3209 tweets, puisque, techniquement, ils mentionnent @RTenfrançais et le terme « *fake news* »). Ensuite, nous avons réparti les tweets restants en 4 catégories : positifs (578), négatifs (1101), neutres (196) à l'égard de la chaîne, et impossibles à catégoriser (893)². Les tweets positifs sont les tweets qui mentionnent le terme « *fake news* » pour soutenir RT France ou pour accuser d'autres médias de la distribution de *fake news*, par exemple : « @stephdemuru³ Merci à vous! C'est très courageux d'avoir intégré @RTenfrançais malgré les *fakenews* diffusés par les médias français propagandistes. Enfin un média qui informe sans déformer, qui relate sans oublier ! Vraiment merci »⁴. Les tweets « négatifs » accusent RT de *fake news*, par exemple : « @RTenfrançais Mince plus possible de balancer les #FakeNews de Vlad le taré ! », ou qui ne contiennent que le terme « *fake news* » pour ainsi catégoriser une publication de RT. Les tweets neutres soulignent la présence de *fake news* dans tous les médias ou dans d'autres médias sans forcément partager un avis sur RT, par exemple : « @RTenfrançais Finalement qui dit vrai, qui dit faux ? Chacun accusant l'autre ou les autres de #fakenews? » Néanmoins, il convient de noter que parfois la distinction entre les tweets « positifs » et « neutres » a été difficile à établir – et cela se retrouve également dans les entretiens de ces deux catégories qui se rapprochent.

Afin d'obtenir dix entretiens par catégorie, nous avons contacté 93 personnes de la catégorie des tweets positifs, 95 personnes de la catégorie des tweets négatifs et 66 personnes de la catégorie neutre, par ordre chronologique du plus récent au plus ancien. Nous avons obtenu 30 entretiens en tout : 18 sur Zoom ou par appel téléphonique, neuf par écrit et trois en personne. Les entretiens par écrit sont dans leur majorité assez détaillés pour les considérer aussi complets que ceux réalisés à l'oral. Ce format écrit a souvent été lié à une certaine méfiance des personnes ayant un avis négatif sur RT – c'est pourquoi cinq entretiens « négatifs » ont été réalisés par écrit, contrairement aux deux seuls neutres et aux deux seuls positifs.

La stratégie de « retournement de situation » dans les tweets de RT France au sujet des *fake news*

Sur son compte Twitter, RT a partagé 441 tweets contenant le terme *fake news* entre décembre 2016 et avril 2022. Il s'agit des publications Twitter dans lesquelles RT

.....

2. Soit parce qu'ils font partie des conversations dont une partie a été supprimée, sont des réponses à des comptes suspendus, et on ignore à qui ils sont adressés, soit parce que la formulation ne permet pas de comprendre l'orientation émotionnelle du tweet, soit parce que ces tweets ont été partagés par les employés de RT (donc écartés de l'analyse également), soit parce que l'auteur du tweet exprime sa position envers d'autres médias ou le gouvernement, sans préciser son avis par rapport à RT.

3. @stephdemuru est le nom du compte Twitter de Stéphanie de Muru, journaliste chez RT France jusqu'en 2022, à qui répond l'auteur du tweet.

4. Nous avons conservé l'orthographe et la grammaire des auteurs des publications.

partage souvent les articles d'opinion de son site web, critiquant les trois acteurs évoqués précédemment : le gouvernement français, les médias « mainstream » et les plateformes numériques.

RT France a partagé sur Twitter, 246 articles de son site web au sujet du gouvernement ou des personnalités politiques en lien avec la notion de *fake news*. Certains accusent le gouvernement de la diffusion de *fake news*⁵. Néanmoins, la moitié de ces tweets traitent de la loi contre la manipulation de l'information, adoptée le 22 décembre 2018 (*Journal Officiel*, 2018), la majorité étant très critique, avance l'idée que c'est une loi qui vise RT directement⁶. Ainsi, souvent à travers les citations des invités, le récit construit par RT à ce sujet est-il lié aux notions de « liberticide »⁷, de « censure »⁸, de « répression »⁹, et la loi est jugée « dangereuse, scélérate, inutile »¹⁰.

La deuxième catégorie d'articles les plus représentés est celle critiquant les médias « occidentaux », soit de façon générale¹¹, soit en soulignant les *fake news* partagées par ces derniers¹². De plus, près de 60 tweets partagent des articles consacrés à la gestion des *fake news* par les plateformes numériques, souvent en les critiquant¹³, ou rappelant leur lien avec les États-Unis¹⁴. Enfin, certains articles sont exclusivement consacrés à la « défense » de RT contre les accusations de *fake news*¹⁵, la chaîne se présentant en tant que « victime des *fake news* du gouvernement »¹⁶.

Nous avons ici un exemple du déploiement de la stratégie de retournement de situation, où le terme de *fake news* est instrumentalisé par RT en tant qu'outil de la « propagande d'État » et d'atteinte à la liberté d'expression, de censure et de discrimination à l'encontre de RT France. Ce terme n'est donc plus perçu comme méthodologiquement neutre, mais comme « une étiquette » employé par « le système » pour empêcher le fonctionnement de la chaîne, ce qui décrédibilise cette notion pour les publics de RT et, comme nous allons le voir, renforce leur lien affectif avec cette dernière.

.....

5. RT France (03.05.2019), « Quand l'exécutif ment : ces fake news marquantes de la Macronie ». Ici et plus loin dans cette partie, les articles de RT France seront cités de cette manière, n'incluant pas d'URL, les articles n'étant accessibles qu'avec un VPN. ##### NOTE 5

6. RT France (05.03.2018), « La loi contre les *fake news* de Macron, une attaque déguisée contre RT ? Françoise Nyssen répond ».

7. RT France (05.09.2018), « Rapport appelant à marginaliser RT : « Nous avons toujours la même tête de turc » (ENTRETIENS) ».

8. RT France (10.02.2017), « Jean Bricmont : comité de censure et logique totalitariste derrière la lutte contre les fake news ».

RT France (16.07.2018), « Si ce n'est pas de la censure... » : Lavrov s'inquiète de la loi française contre les fake news ».

9. RT France (05.04.2018), « La loi de censure anti-fake news se heurtera à «la question de l'efficacité de la répression ».

10. RT France (26.07.2018) [Twitter], « Thierry Vallat (@MeThierryVallat), invité du JT : Loi sur les #Fausse-sInformations : « Une loi scélérate, une loi dangereuse, inutile » ».

11. RT France (09.02.2017), « L'avenir de son blog, « l'opération de calomnie » du Monde, fake news : Olivier Berruyer se confie ».

12. RT France (30.12.2016), « Quand le Guardian répand ses fake news ».

RT France (01.01.2017), « Quand l'AFP se fait corriger par sa consœur suisse après avoir diffusé des fake news sur la Russie ».

13. RT France (05.01.2018), « Comment Facebook emploie ses médias favoris pour débuser des fake news sur son réseau ».

14. RT France (12.01.2017), « Google filtre les fake news... sauf si elles sont américaines ! ».

15. RT France (05.12.2018), « Policiers, Gilets jaunes, casseurs : une fake news qui n'en est pas une ? ».

16. RT France (22.10.2018), « Franche discrimination : Benjamin Griveaux ne veut pas de RT France en salle de presse de l'Élysée ». ### NOTE 16

Le lien affectif entre RT et ses publics autour du sentiment de marginalisation et d'exclusion

Afin de comprendre de quelle manière le terme de *fake news* est perçu par les sympathisants, les critiques de RT et les individus ayant une opinion neutre, nous avons conduit 30 entretiens semi-directifs. Dans ce tableau, sont résumées les caractéristiques socio-démographiques des personnes interrogées. Afin de garantir l'anonymat, les enquêtés sont regroupés par catégorie, sans préciser les données de chaque individu :

Catégorie	Les sympathisants de RT	Les critiques de RT	Les individus formulant un point de vue « neutre »
Age	Entre 28 et 70 ans	Entre 36 et 62 ans	Entre 35 et 75 ans
Genre	10 hommes	9 hommes, 1 femme	9 hommes, 1 femme
Niveau d'études	Entre un baccalauréat professionnel et BAC+8	Entre BAC et BAC+8	Entre lycée et BAC+8
Métier ¹⁷	Technicien à la retraite, commerçant indépendant, présentateur à la télévision dans un pays d'Afrique, menuisier, enseignant en sciences, informaticien, retraité, enseignant de littérature, vigneron, doctorant en biologie.	Architecte, chômeur en formation web, métier de santé, professeur à l'étranger, ingénieur informatique, informaticien fonction publique, <i>IT recess manager</i> , journaliste indépendant, expert-comptable.	Entrepreneur dans un pays d'Afrique, retraité, cadre, informaticien, journaliste, technicien informatique, juriste, analyste politique, fonction publique territoriale, plombier.

Tableau 1 - Les catégories socio-professionnelles des enquêtés

On observe ici une diversité des publics de RT, soulignée dans les travaux de Rhys Crilley et ses collègues (2021), avec une prédominance masculine et un niveau d'éducation assez élevé pour l'ensemble des enquêtés, comme c'est souvent le cas pour les publics des chaînes transnationales d'information (Ortung et Nelson, 2019, p. 14).

Ensuite, une analyse « netnographique » (Kozinets, 2019) des profils Twitter des enquêtés et des éléments de leurs réponses permettent de constater une prédominance des sympathisants¹⁸ de l'extrême-droite parmi les auteurs des tweets « positifs » envers RT, dont témoignent certaines études existantes (Vaissie, 2016 ; Mattelart, 2018 ; Zakharova, 2022). Il s'agit souvent d'individus se positionnant comme étant dans un « antisystème ». Deux répondants manifestent leur soutien à Éric Zemmour, candidat controversé à la présidentielle 2022 ayant trouvé le soutien des publics d'extrême droite, sur leurs profils, dont un également au parti *Voie du peuple* (parti conservateur démocrate-chrétien); deux personnes sont des adhérents de l'Union populaire républicaine, parti dirigé par François Asselineau et marqué par un soutien fort au souverainisme

.....

17. Pour préserver l'anonymat, tous les métiers sont employés au masculin.

18. L'écriture inclusive n'est pas employée pour parler des sympathisants de RT, l'ensemble des répondants de cette catégorie étant des hommes.

et à l'euroscpticisme. L'analyse des profils et des contenus partagés indique que la plupart des répondants sont plus ou moins ouvertement opposés à la présidence

d'Emmanuel Macron, ainsi que « anti-woke », « patriotes », appréciant souvent les valeurs chrétiennes.

Les orientations politiques des auteur.es des tweets « neutres » sont moins prononcées que dans le groupe des tweets « positifs ». Si ce groupe inclut un.e militant.e d'Éric Zemmour, la plupart semble soutenir les valeurs de gauche et de laïcité, un.e étant un.e militant.e de Jean-Luc Mélenchon.

Pour les critiques de RT, leur orientation politique est moins mise en avant dans les profils et les réponses, mais ces personnes manifestent dans leur majorité leur soutien à l'Ukraine et s'opposent aux « extrêmes ».

Dans les réponses, la différence la plus significative entre les catégories apparaît dans leurs pratiques informationnelles. Très peu de sympathisants de RT consultent les médias nationaux, pendant que certains expriment une méfiance absolue à leur égard : « *Au travail, quand j'arrivais d'office on nous mettait BFM TV, et dans la salle de repos on avait le Monde. J'arrivais, je mettais le Monde à la poubelle et je changeais de chaîne* ». Des sources américaines à tendance conservatrice sont souvent évoquées : *GETTR*, l'alternative conservatrice à Twitter ; *One America News Network*, chaîne de télévision américaine en faveur de Donald Trump ; *Revolver*, agrégateur d'actualité de droite apprécié par Donald Trump. Plusieurs personnes utilisent les réseaux sociaux russes : VK, Telegram, ainsi que des VPNs ou le navigateur TOR. Odysee, la plateforme vidéo où RT a repris la diffusion en direct en août 2022, est aussi évoquée. Parmi les sources « alternatives » citées figurent des personnalités proches de RT : Xavier Moreau¹⁹ et son site « Stratpol », Karine Bechet-Golovko²⁰, ainsi que des personnalités comme Christelle Néant²¹, Tatiana Ventôse²², Didier Raoult²³, et les médias souvent positionnés à droite : TV Libertés, FranceSoir.

Les individus critiques de RT consomment essentiellement les médias nationaux ou européens, l'agrégateur *Google News*, quelques sources internationales (*Foreign Policy*, *The New York Times*, *Washington Post*), tandis que très peu de sources alternatives sont évoquées : *Thinkerview*, *Livre Noir*, majoritairement de gauche, dont les médias indépendants en ligne *Fakir*, *Blast*, *Médiapart*, *Usul*.

Les personnes à l'opinion « neutre » se situent entre les deux groupes évoqués plus tôt, suivant les médias nationaux, quelques sources alternatives, principalement de gauche : *Médiapart*, *Alternatives économiques*, *Arrêt sur images*, *Usul*, *Le Média*, *Blast*, et des sources qui peuvent être qualifiées de « pro-russes » : *Le Saker*, *Moon of Alabama* (les deux étant des blogs « alternatifs » de géopolitique). Ces personnes sont plus méfiantes par rapport aux médias nationaux que le groupe des tweets « négatifs », mais moins critiques que ceux du groupe « positif ». Contrairement aux sympathisants de RT, ce groupe consomme souvent à la fois les médias généralistes et « alternatifs ».

Ce clivage dans les pratiques informationnelles est assez significatif : il met en évidence une différence et presque une hostilité entre les groupes soutenant RT et s'y opposant, dont les sources d'information ne se croisent pratiquement jamais. Ainsi, l'un.e des

.....

19. Xavier Moreau est un écrivain, homme d'affaires et analyste résidant à Moscou et soutenant la ligne du Kremlin. Souvent invité sur le plateau de RT France, il y anime également l'émission « l'Echiquier mondial ».

20. Juriste et enseignante française aux origines russes installée à Moscou, Karine Bechet-Golovko est elle aussi souvent invitée sur le plateau de RT où elle défend la position du Kremlin.

21. Christelle Néant est une journaliste française installée dans le Donbass et connue pour sa couverture russe du conflit en Ukraine.

22. Tatiana Ventôse est une vidéaste française qui fait des analyses d'actualité politique sur sa chaîne YouTube et dont le parcours est marqué par une évolution vers l'extrême droite.

23. Didier Raoult est un microbiologiste français connu pour son opposition à la politique du gouvernement français face à la pandémie de Covid-19, notamment la vaccination.

critiques de RT dit : « *on est irréconciliables, entre les poutinistes et les gens comme moi, ça ne passe pas* ».

Dans l'ensemble des témoignages des sympathisants de RT, une tendance générale se caractérise par un sentiment d'exclusion ou de marginalisation par rapport aux opinions politiques dominantes, qui s'inscrit dans la théorie des contre-publics évoquée plus tôt : elle peut être liée à la Covid - « *j'étais tout seul dans un océan des gens parce que je refusais par exemple de me faire vacciner* » - , aux opinions politiques - « *François Asselineau n'est jamais invité sur les chaînes « mainstream »*. Pour d'autres, la marginalisation de RT fait écho à leur propre marginalisation : « *RT est interdit parce que c'était une télé russe [...]. C'est comme quand quelqu'un ne pense pas comme le gouvernement, on dit qu'il est d'extrême-droite en France, on vous colle une étiquette - antivax, responsable, complotiste* ». La notion de *fake news* est ainsi associée à une étiquette instrumentalisée pour « faire taire » certains points de vue : « *la fake news est devenue aujourd'hui un instrument de manipulation de l'opinion, on le voit bien avec la labellisation de complotisme. Il n'y a plus de messages audibles, mais lorsque l'on veut rendre un message moins audible, on va le labelliser* ». Ainsi, pour ces personnes, qui se sentent elles-mêmes caractérisées de manière injuste, l'expression *fake news* attribuée à la chaîne les rapproche d'elle plutôt qu'elle ne les avertit des risques potentiels de la consommation de ses contenus.

Grâce à ce lien de proximité et de confiance, ces publics ont « *tendance à moins se méfier* » de RT, comme l'indique l'un des témoignages, ou, comme le souligne un autre : « *les informations sur RT me paraissaient plus fiables* », sans pour autant donner d'éléments factuels de la fiabilité de la chaîne. Concernant le lien affectif, les actions entreprises pour limiter la portée de la chaîne – notamment, le terme de « *fake news* » justifiant son interdiction - semblent peu efficaces, voire contre-productives, puisqu'elles paraissent renforcer le lien de ces publics avec la chaîne grâce à la marginalisation et à l'exclusion partagées.

L'interdiction de la chaîne paraît avoir renforcé ce lien affectif entre RT et ses sympathisants les plus fidèles. Interrogés à ce sujet, ils l'ont qualifiée d'une « *opération de propagande indigne d'une société libre* », ajoutant que c'est « *idiot* », « *du dogmatisme, de la politique bornée* », « *inadmissible, indigne, une honte absolue pour l'UE* », « *un véritable scandale, du totalitarisme* ». On repère ici des éléments de la stratégie de retournement de situation qui se reflète dans les discours des publics de la chaîne.

Une tendance similaire peut être observée dans la catégorie des auteur.es des tweets « neutres » : l'interdiction de RT n'est pas justifiée pour 9 personnes sur 10 (pour une justifiée en contexte de guerre). Pour la plupart d'entre elles, le meilleur moyen de combattre les *fake news* c'est de « *laisser les autres médias les débusquer* », puisque l'interdiction « *décrédibilise notre prétention à la liberté d'expression* », qui va « *pousser ces gens-là vers des sites beaucoup moins fiables* ». De même, « *les gens qui avalaient les fake news de RT, vont les avaler par d'autres moyens* ».

Enfin, pour les individus critiques de RT, sans surprise, l'interdiction de la chaîne est absolument justifiée, mais leurs avis sur son efficacité pour combattre le phénomène des *fake news* sont mitigés : pour certain.es, « *les fake news viennent aussi d'un tas d'autres sources* » ; pour d'autres, « *j'ai l'impression que les publics qui étaient perméables à leur discours continuent à trouver ce qu'ils cherchent sur d'autres plateformes* ». Deux personnes ont souligné l'impact négatif de cette interdiction pour la démocratie : « *Les Russes essaient d'entrer dans les brèches de la démocratie, mais c'est notre point fort, on devait laisser faire* » et « *on ne peut pas être Charlie et fermer RT France* ».

Le lien affectif entre RT et ses publics est renforcé depuis son interdiction. Ainsi, depuis février 2022, nous avons observé l'émergence des publics « engagés » de la chaîne : un hashtag #soutienRTFrance a été lancé le 28 février 2022, utilisé 2477 fois au 15 juin 2022, ainsi qu'une pétition sur Change.org contre l'interdiction de la chaîne, signée par plus de

50 000 personnes, pendant que certain.es continuent à accéder aux contenus de la chaîne grâce aux VPNs malgré l'interdiction.

CONCLUSION

L'étude a décrit à travers une analyse des contenus de RT et des entretiens semi-directifs le lien affectif qui unit RT France et ses publics. Dans le cadre de ce lien, le terme de *fake news* est dénoncé par RT et ses publics comme « une étiquette » qui serait injustement attribuée à la chaîne. Selon eux, ce terme vise à « censurer » ou « discréditer » RT, ou à « exclure » et « faire taire » certaines catégories de la population.

Une analyse comparative des pratiques informationnelles des enquêté.es permet de constater un fort clivage entre les sympathisants et les critiques de RT – leurs sources d'information ne se croisant pratiquement jamais.

Le lien affectif se construit grâce à deux éléments clés : la stratégie de retournement de situation développée par la chaîne afin de se positionner en tant que victime de « censure » et « discrimination » ; et le sentiment de marginalisation et d'exclusion déjà présent chez les sympathisant.es de la chaîne, renforcé par le positionnement de RT et la mise en avant des contenus traitant des contraintes à son fonctionnement. Méfiant.es envers les pouvoirs publics, les « élites », les médias « *mainstream* » et les GAFAM, les sympathisant.es de RT soutiennent la chaîne dans ses conflits avec ces acteurs. L'interdiction de la chaîne n'a fait ainsi que renforcer leur lien affectif avec RT.

Cette interdiction paraît peu efficace pour la majorité des enquêté.es. Renforcé.es dans leurs convictions, les sympathisant.es de RT soit continuent à suivre la chaîne à l'aide des VPNs, soit se tournent vers d'autres sources du même univers, les sources parfois « moins fiables », selon l'un.e des critiques de l'interdiction interrogé.es. Les pratiques informationnelles observées indiquent que l'interdiction de la chaîne ne les a pas fait revenir vers des sources plus « traditionnelles ».

Enfin, le terme même de *fake news* est perçu par les sympathisant.es de la chaîne comme une « étiquette » qui est injustement attribuée à la chaîne, renforçant ainsi leur sentiment d'exclusion de l'espace public et leur proximité avec la chaîne. RT est accusée de produire des *fake news* par les mêmes acteurs dont ces publics se méfient. Selon les sympathisant.es de RT, ce sont ces mêmes acteurs qui les inscrivent injustement dans les catégories perçues de manière négative (complotiste, antivax, extrême droite) pour les exclure de l'espace public dominant.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Les références scientifiques :

Adlung, Shari ; Lünenborg, Margreth ; Raetzsch, Christoph (2021), «Pitching Gender in a Racist Tune: The Affective Publics of the #120decibel Campaign», *Media and Communication*, vol. 9, n°2, p. 16-26.

Audinet, Maxime (2020), *Une fabrique étatique du soft power*, thèse de doctorat en science politique et en études slaves - Université Paris Nanterre.

Cammaerts, Bart (2007), « Blogs, online forums, public spaces and the extreme right in North Belgium », p.107-119, in Carpentier, Nico ; Pruulmann-Vengerfeldt, Pille ; Nordenstreng, Kaarle ; Hartmann, Maren ; Vihalemm, Peeter ; Cammaerts, Bart ; Nieminen, Hannu, (dir.), *European media and communication doctoral summer school. The research and teaching communication series*, Tartu, Tartu University Press.

Crilley, Rhys (2018), "International relations in the age of 'post-truth' politics", *International Affairs*, vol. 94, n° 2, p. 417–425.

Crilley, Rhys ; Chatterje-Doody, Precious (2019), "Security studies in the age of 'post-truth' politics: in defense of poststructuralism", *Critical Studies on Security*, n° 7:2, p. 166-170.

Crilley, Rhys ; Chatterje-Doody, Precious (2020), "Emotions and War on YouTube: Affective Investments in RT's Visual Narratives of the Conflict in Syria", *Cambridge Review of International Affairs*, n° 33, p. 713–733.

Dahlgren Peter traduit de l'anglais par Marc Relieu) (2000), « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », *Réseaux*, vol. 18, n°100, p. 157-186.

Fraser, Nancy (traduit de l'anglais par Muriel Valenta) (2001), « Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement », in Craig Calhoun (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, MIT Press, 1992, p. 109-142, *Hermès, La Revue*, n° 31, p. 125-156.

Gimenez, Elsa ; Voirol, Olivier (2017), « Les agitateurs de la toile. L'Internet des droites extrêmes. Présentation du numéro », *Réseaux*, vol. 202-203, n° 2-3, p. 9-37.

Holm, Malin (2019), *The rise of online counterpublics? The limits of inclusion in a digital age*, thèse de doctorat en sciences politiques – Uppsala University.

Kozinets, Robert (2019), *Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research*, New York : Sage.

Lünenborg, Margareth (2019), "Affective publics" (p. 319-329), in Slaby, Jan ; von Scheve, Christian (dir.), *Affective Societies*, Abingdon/New York : Routledge.

Mattelart, Tristan (2018), « Russia Today et le renouveau de la diplomatie médiatique russe : de la projection mondiale du Kremlin à la "réinformation" en France », *Annuaire français de relations internationales*, vol.19, p. 927-945.

Papacharissi, Zizi (2014), *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*, Oxford : Oxford University Press.

Papacharissi, Zizi (2015), "Affective publics and structures of storytelling: sentiment, events and mediality", *Information, Communication & Society*, vol. 19, n°3, p. 307-324.

Schradie, Jen (2019), *The Revolution That Wasn't: How Digital Activism Favors Conservatives*, Cambridge : Harvard University Press.

Troude-Chastenet, Patrick (2018), « Fake news et post-vérité. De l'extension de la propagande au Royaume-Uni, aux États-Unis et en France », *Quaderni*, n° 96, p. 87-101.

Vaissié, Cécile (2016), *Les réseaux du Kremlin en France*, Paris : Les Petits Matins.

Verón, Eliseo (1985). *L'analyse du contrat de lecture. Les médias : expériences et recherches actuelles*, IREP.

Yablokov, Ilya (2015). "Conspiracy Theories as a Russian Public Diplomacy Tool: The Case of Russia Today (RT)", *Politics*, vol. 35, n°3–4, p. 301–315.

Zakharova, Gulnara (2022), "RT France as an "alternative" media outlet for the extreme right communities in France. An audience study of YouTube comments", *For(e)Dialogue*, vol 4, n° 1, [en ligne], consulté le 3 octobre 2022, <https://foredialogue.pubpub.org/pub/831i8maq>.

Zakharova, Gulnara (à paraître), « Ce qui ne me tue pas me rend plus fort : L'exploitation par RT France des critiques à son encontre pour souder ses publics en ligne », *TIC&Société*.

Les articles de presse

Facebook, « Qu'est-ce qu'un média marqué comme étant contrôlé par l'État sur Facebook ? », [en ligne], consulté le 3 octobre 2022, <https://www.facebook.com/help/767411547028573>.

France 24 (2022), « YouTube : le blocage des médias financés par Moscou va s'appliquer dans le monde entier », édition du 12 mars 2022, [en ligne], consulté le 3 octobre 2022, <https://www.france24.com/fr/europe/20220312-youtube-le-blocage-des-m%C3%A9dias-financ%C3%A9s-par-moscou-va-s-appliquer-dans-le-monde-entier>.

Google (2019), « Plus de moyens pour trouver des informations de qualité en Europe », édition du 24 avril 2019, [en ligne], consulté le 3 octobre 2022, <https://france.googleblog.com/2019/04/plus-de-moyens-pour-trouver-des.html>.

Journal officiel (2018), « LOI n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information (1) », édition du 23 septembre 2018, [en ligne], consulté le 5 octobre 2022, <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000037847559>.

Journal officiel de l'Union Européenne (2022), « RÈGLEMENT (UE) 2022/350 DU CONSEIL du 1er mars 2022 modifiant le règlement (UE) no 833/2014 concernant des mesures restrictives eu égard aux actions de la Russie déstabilisant la situation en Ukraine », [en ligne], consulté le 3 octobre 2022, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R0350&from=FR>.

Labbe, Chine (2022), « Etiquette Nutritionnelle francais.rt.com », *NewsGuard*, édition du 20 février 2022, consulté le 10 décembre 2022, <https://www.newsguardtech.com/wp-content/uploads/2022/02/RT-France-NewsGuard-Nutrition-Label-02202022.pdf>

Le CSA (2018), Communiqué de presse : « Manquements à l'honnêteté, à la rigueur de l'information et à la diversité des points de vue : mise en demeure de RT France », édition du 28 juin 2018 [en ligne], consulté le 3 octobre 2022, <https://www.csa.fr/Proteger/Garantie-des-droits-et-libertes/La-deontologie-des-programmes/Manquements-a-l-honnete-a-la-rigueur-de-l-information-et-a-la-diversite-des-points-de-vue-mise-en-demeure-de-RT-France>.

Le Point (2018), « Vœux à la presse : Macron annonce une loi contre les fake news », édition du 3 janvier 2018, [en ligne], consulté le 5 octobre 2022, https://www.lepoint.fr/politique/vœux-a-la-presse-macron-annonce-une-loi-contre-les-fake-news-03-01-2018-2183862_20.php.

L'Express (2017), « VIDÉO. Devant Poutine, Macron fustige RT et Sputnik, organes de «propagande» », édition du 20 mai 2017, [en ligne], consulté le 3 octobre 2022, https://www.lexpress.fr/actualite/politique/macron-fustige-russia-today-et-sputnik-des-organes-de-propagande_1912727.html.

Retournement. Larousse [dictionnaire], <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/retournement/68910#:~:text=1.,Le%20retournement%20d'une%20situation>.

Twitter, « À propos des libellés relatifs aux comptes de médias gouvernementaux ou affiliés à un État sur Twitter », [en ligne], consulté le 3 octobre 2022, <https://help.twitter.com/fr/rules-and-policies/state-affiliated>.