

# Quel *soft power* pour la Russie ?

Par **Maxime Audinet**, doctorant à l'Université Paris Nanterre\*.

des gouvernements ciblés à l'étranger, en mobilisant principalement les ressources qui émanent de la société civile. Cette approche prévaut dans la plupart des démocraties libérales et s'applique généralement à leurs instruments de « diplomatie publique » : instituts culturels, médias internationaux, ONG, industries créatives ou agences de relations publiques. Toutefois, l'adoption du concept et des pratiques de *soft power* par des États *illibéraux*, semi-autoritaires ou autoritaires, invite à s'interroger sur l'interprétation du concept de Nye et la redéfinition de ses priorités hors du cadre démocratique-libéral (1).

## Une diplomatie publique russe plurielle et étatisée

En Russie, le concept de « *soft power* » a été intégré dans le *Concept de politique étrangère* publié en 2013 par le ministère des Affaires étrangères. Cette officialisation tardive (2) est essentiellement due à deux raisons : d'une part, la réticence d'une grande partie de l'*establishment* politico-diplomatique russe à employer un concept de substance libérale, associé à l'influence déployée par les États-Unis via ses ONG et ses industries culturelles et agro-alimentaires ; d'autre part, la prééminence d'une approche réaliste des relations internationales privilégiant la poursuite de l'intérêt national par les moyens du *hard power* plutôt que par le développement de la « puissance d'attraction ».

Pourtant, le dispositif de diplomatie publique de la Russie est érigé dès le milieu des années 2000, souvent en miroir des modèles ayant fait leur preuve à l'étranger, comme les grandes chaînes d'information en continu anglo-saxonnes et les instituts Confucius chinois. Pour citer ses principaux instruments, par ordre chronologique de lancement : le groupe médiatique public Russia Today (RT depuis 2009) en 2005, aujourd'hui composé de six chaînes de télévision, six journaux en ligne et de multiples comptes sur les médias sociaux ; la fondation Rouskii Mir (« Monde russe ») pour la sauvegarde de la langue russe en 2007 ; le journal multilingue *Russia Beyond The Headlines* (RBTH) en 2007 ; l'agence fédérale Rosstroudnichestvo pour la « coopération humanitaire » (coordination des échanges culturels, scientifiques et académiques) en 2008, qui supervise l'action des 92 centres pour la science et la culture ; la fondation Gortchakov de soutien à la diplomatie publique en 2010 ; ou encore l'agence d'information Russia Segodnia en 2013, et sa branche internationale Sputnik en 2014, à la suite de la fusion de la radio La Voix de la Russie et l'agence de presse RIA Novosti.

La diplomatie publique russe présente en outre la particularité d'être très étatisée, soit par la structure gouvernementale de ses principaux instruments, soit par le loyalisme de ses rares acteurs non-étatiques. La politique étrangère russe reste en effet intolérante aux

La conception originelle du « *soft power* », telle que pensée par Joseph Nye, s'organise autour du principe de l'attraction.

Accumuler et projeter sa « puissance douce », c'est avant tout tenter de se rendre *attractif* aux yeux des populations et

manifestations de pluralisme sur la scène internationale et limite pour cette raison l'émergence d'une véritable « diplomatie non-gouvernementale » russe, à l'instar de la diplomatie américaine.

## Un *soft power* pour riposter, concurrencer et fidéliser

Largement dominé par un outil médiatique offensif, le « *soft power* russe » (*miagkaïa sila*) est aujourd'hui moins mu par un principe d'attraction que par trois modes d'action complémentaires qui constituent son originalité.

Premièrement, 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 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. Le renouvellement de la diplomatie culturelle russe se donne pour priorité de préserver les liens culturels des États postsoviétiques avec la Russie et d'y sauvegarder la place de la langue russe. La première mouture de Russia Today (2005-2008), le journal *RBTH* et la mise en place de partenariats avec des agences de relations publiques et de *nation branding* occidentales visent alors, sinon à améliorer, du moins à « normaliser » l'image de la Russie dans le monde.

La guerre russo-géorgienne de 2008 marque un tournant. Jugée unilatérale et en faveur de Tbilissi, sa couverture par les médias occidentaux transmute la posture réactive de la diplomatie publique russe en une dynamique concurrentielle vis-à-vis de « l'Occident libéral », afin de discréditer ses représentants politiques et médiatiques et démystifier son modèle social en affichant ses zones de fractures. Aussi, le groupe RT, qui gagne par là même en notoriété, développe une ligne éditoriale nettement plus offensive, afin de contrer la vision des événements propagée par les « médias mainstream » et « briser le monopole des médias anglo-saxons dans le flux mondial

**Photo ci-contre :** Siège de l'agence de presse internationale Russia Segodnia [Russie aujourd'hui], qui remplace depuis 2013 l'agence Ria Novosti. La dissolution de la principale agence de presse officielle russe signe une volonté du Kremlin de renforcer le contrôle des médias, déjà fortement réglementés. (© RIA Novosti Media Kit/ugc@rian.ru)



**Photo ci-contre :** Quartier new-yorkais russophone de Brighton Beach, surnommé « Little Odessa », qui abriterait une communauté de 50 000 personnes. La diaspora russe – déjà présente dans les anciens pays du bloc soviétique – s’est installée dans de nombreux endroits du globe depuis la chute de l’URSS, et constitue aujourd’hui pour le Kremlin un relais d’influence potentiel dans ses pays d’adoption. (© Thomas Delage)



de l’information », selon les mots de Vladimir Poutine lors d’une visite des bureaux de la chaîne en 2013. En 2014, Sputnik vient compléter l’audiovisuel extérieur russe, sous un angle plus provocateur, parfois complotiste. Orchestrés par la même rédactrice en chef, Margarita Simonian, les deux médias drainent en 2017 plus de 400 millions d’euros de subventions publiques. Leur politique éditoriale « alternative » et relativiste, assumée et kremlo-compatible, généralement destinée à des audiences contestataires et antilibérales, de droite comme de gauche, est toujours déclinée et adaptée en fonction des pays ciblés et de leur paysage médiatique national. Cette marque de fabrique (3) est autant la source de leur succès significatif dans plusieurs régions du monde (États-Unis, Europe de l’Ouest, Moyen-Orient, Mexique) que des accusations récurrentes de « mégaphone de propagande » et « d’organes d’influence », pour citer respectivement l’ancien secrétaire d’État américain John Kerry en avril 2014 et le président Emmanuel Macron en juin 2017. Signes d’une forme de « durcissement » des activités traditionnellement associées au *soft power*, des ripostes institutionnelles ont d’ores et déjà été mises sur pied par l’OTAN (Stratcom) et l’Union européenne (East Task Force), visant à saper les « campagnes informationnelles » menées par la Russie. Enfin, plutôt que de séduire au-delà de son périmètre d’influence direct, le *soft power* russe cherche davantage à mobiliser des audiences qui entretiennent *a priori* des liens culturels et spirituels avec la Russie, ainsi qu’une vision du monde valorisant la défense du multilatéralisme et des « valeurs traditionnelles ». Cette politique touche en premier lieu les membres de la diaspora, les « compatriotes de l’étranger », que le pouvoir estime à 30 millions de personnes, dont 18 millions dans l’espace postsoviétique. Ils incarnent, aux yeux des autorités russes, autant de relais d’influence potentiels dans leur pays de résidence. Le soutien aux écoles et aux médias russophones à l’étranger, la promotion par les centres de Rossotroudnitchestvo d’un agenda culturel très classique et politisé ou, plus récemment, l’inauguration

à Paris du Centre spirituel et culturel orthodoxe en octobre 2016, constituent les manifestations diverses de cette entreprise de fidélisation. En outre, plusieurs *think tanks* et organisations non gouvernementales, comme la fondation ISEPI et sa filiale Rethinking Russia, s’interrogent sur le potentiel d’attractivité du mode de gouvernance vertical et du conservatisme russe contemporain, en particulier vis-à-vis de l’Europe, dont il se pose théoriquement en gardien des valeurs et des identités traditionnelles. La Russie de Vladimir Poutine parvient à se projeter, sur le plan communicationnel, comme l’un des principaux bastions de l’*illibéralisme* institutionnel et moral, face à la crise de confiance fissurant la plupart des démocraties libérales occidentales. Néanmoins, le conservatisme russe ne constitue pas, sur le fond, un modèle alternatif exportable, tant par sa capacité marginale de mobilisation à l’extérieur des frontières nationales que par son manque d’ancrage effectif au sein de la population russe. Son usage reste avant tout le reflet d’une opposition discursive à l’Occident libéral et l’un des symptômes d’un *soft power* russe conditionné par la compétition.

**Maxime Audinet**

\*L’auteur prépare une thèse sur « les instruments de la diplomatie publique russe à l’ère post-soviétique » à l’université Paris Nanterre.



## Notes

- (1) Voir à ce sujet le n° 3-4, vol. 35, de *Politics* coordonné par M. Barr, V. Feklyunina et S. Theys, « The Soft Power of Hard States » (2015), consacré aux cas chinois, iranien et russe.
- (2) Le président Hu Jintao consacre le renforcement du *soft power* chinois lors du XVII<sup>e</sup> Congrès du PCC en 2007.
- (3) RT ne détient pas le monopole de l’information « alternative » dans l’espace médiatique international. Le groupe chinois CGTN, la chaîne vénézuélienne Telesur et, de manière moins explicite, le groupe qatari Al Jazeera, mettent également en avant cette politique éditoriale.

**Photo ci-contre :** Lors de la visite de Vladimir Poutine à Versailles, en mai dernier, le nouveau président français Emmanuel Macron a déclaré en conférence de presse qu’il considérait les médias russes Sputnik et RT comme des « organes d’influence ». Créé en 2014, le service international multimédia Sputnik se veut, selon son président Dmitri Kisselev – qui dirige également l’agence *Rossia Siegodnia* –, un outil de lutte contre « la propagande agressive » de l’Occident « qui nourrit le monde et impose un point de vue unipolaire ». (© Shutterstock/ Frédéric Legrand-COMEQ)