Zeitschrift: Revue Militaire Suisse
Herausgeber: Association de la Revue Militaire Suisse
Band: - (2023)
Heft: [1]: Numéro Thématique 1

Artikel: Conflit russo-ukrainien : la première "guerre TikTok"
Autor: Ebener, Lena / Rey, Nicolas
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1055349

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Siehe Rechtliche Hinweise.

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. Voir Informations légales.

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. See Legal notice.

Download PDF: 11.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

« Nous sommes engagés dans une guerre dans le champ des perceptions. C'est celui qui réussira à imposer son narratif – qu'il soit vrai ou qu'il soit faux – qui in fine remportera la bataille de l'opinion. Or, nous, ce qu'on doit faire c'est gagner cette bataille des perceptions. »

Général Pascal Ianni

Guerre de l'information

Conflit russo-ukrainien : La première « guerre TikTok »

Of spéc Lena Ebener; cap Nicolas Rey
Rédactrice adjointe, RMS+ ; cdt cp fus mont ld 7/4

Les propos ci-dessus sont ceux qu'a tenus le général Ianni, porte-parole du chef d'état-major des Armées françaises (2021-2022) dans le cadre de l'émission « La fabrique du mensonge » intitulée « Au cœur de la propagande russe » et diffusée sur France 5 le 11 décembre dernier. Y sont décrites les méthodes employées par Moscou dans le cadre de sa lutte d'influence à l›échelle mondiale, via une « guerre de l'information » qui serait l'une des dimensions de ce que nombre d'experts désignent comme « guerre hybride ». Si cette notion demeure floue et difficilement définissable, force est de constater que l'information a toujours constitué une sphère d'opération à part entière, au même titre que le champ de bataille terrestre, la mer ou l'espace aérien. Le conflit russo-ukrainien, ne fait pas exception et pourrait même s'illustrer comme cas d'école, notamment en ce qui concerne l'utilisation des réseaux sociaux.

Si la guerre du Vietnam est vue comme la première « guerre télévisuelle » –la télévision ayant surpassé la presse écrite dans la couverture du conflit–, l'invasion étatsunienne de l'Irak en 2003 est considérée comme la première « guerre d'internet » grâce à la prolifération de blogs de guerre comme disséminateurs d'information. Et si la guerre à Gaza de 2012 est souvent décrite comme la première « guerre Twitter », le conflit russo-ukrainien est désigné par beaucoup comme la première « guerre TikTok » et la plus « virale » des guerres impliquant les réseaux sociaux.

Selon un sondage effectué par l'ONG ukrainienne OPORA, qui confirme les tendances mondiales, la plupart des ukrainiens interrogés ont utilisé Telegram (65,7%), YouTube (61,2%) et Facebook (57,8%) pour recevoir des nouvelles entre avril et mai 2022. 48% des répondants ont utilisé Viber, 29,1% - Instagram, 19,5% - TikTok, 8,9% - Twitter. L'étoile montante des réseaux sociaux russes – utilisé en Ukraine – est l'application de messagerie Telegram qui concurrence Vkontakte (sorte de Facebook russe), déjà très populaire au moment de l'Euromaïdan en 2014.

L'usage des réseaux sociaux comme véritable ligne de front entre pro-ukrainiens et pro-russes est antérieur à l'invasion russe du 24 février 2022. Il a connu un pic à l'été 2014 à la suite de l'annexion de la Crimée par la fédération de Russie et s'est ensuite cristallisé à mesure que le conflit dans le Donbass s'enlisait. Cette cristallisation est caractérisée par des vues mutuellement exclusives portant sur la nature du conflit, avec des pro-Ukrainiens dépeignant ce dernier comme limité localement contre des rebelles insurgés et des pro-Russes le voyant comme un conflit de grande échelle enclenché par un gouvernement central ukrainien considéré comme extrémiste. Cette opposition nette est à l'origine de la propagande –au sens classique de « action exercée sur l'opinion pour appuyer certaines idées »– déployée par la Russie préalablement au déclenchement des opérations militaires : à savoir la nécessité d'intervenir pour protéger la population russophone qui serait menacée par le gouvernement de Kiev.

Les GAFAM parties au conflit

Dès le début de l›offensive de février, la Russie a axé sa communication sur la russophobie supposée de Kiev et de manière plus générale de l'Occident, notamment en insistant sur l'absurdité des sanctions.

Celles-ci ont d'ailleurs été reprises par les GAFAM et autres acteurs incontournables des réseaux sociaux. Tant Alphabet (maison-mère de Google et YouTube) que Meta (société-mère de Facebook, WhatsApp et Instagram) ainsi que Twitter et Snapchat ont stoppé toute publicité en Russie et dans une certaine mesure en Biélorussie. Ils ont bloqué l'apparition et la monétisation des contenus des chaînes russes. Ces mêmes contenus affiliés à l'Etat russe sont, de plus, systématiquement déclassés afin de ne plus apparaître dans les suggestions algorithmiques faites aux utilisateurs.
L'ensemble des acteurs du secteur ont repris l'interdiction promulguée par l'Union européenne (UE) de diffusion

des médias d'Etat russes tels que Russia Today (RT) ou Sputnik. Il n'est ainsi plus possible de télécharger ni mettre à jour les applications liées à ces chaînes ni sur Android, ni sur Apple. Emboitant le pas à Twitter, le réseau social chinois très populaire chez les jeunes occidentaux TikTok a annoncé qu'il renforcerait sa politique de suppression de contenus qui violent ses règles concernant la propagande et la désinformation et à lui aussi restreint l'accès aux informations provenant de RT ou Sputnik dans les territoires soumis à la législation européenne. Le forum anonyme Reddit en a fait de même, tandis que LinkedIn, l'outil de réseautage de Microsoft, a également dû prendre position pour réaffirmer son opposition aux fausses informations et à la désinformation.

D'un point de vue plus opérationnel, notons que lors des premières heures de l'invasion, Google a désactivé la fonction de trafic en direct disponible dans son application Maps, afin de ne pas dévoiler les schémas de circulation routière qui pourraient faciliter le ciblage militaire russe.

D'un point de vue plus politique ou diplomatique, il est intéressant de noter que, tandis que Moscou semble avoir payé des influenceurs actifs sur TikTok pour poster du contenu pro-russe, la Maison Blanche a, quant à elle, organisé une rencontre avec d'autres influenceurs afin de les briefer sur la diffusion d'informations « exactes » sur le conflit.

Outre le fait que ces mesures bloquent effectivement et de manière arbitraire l'accès du public à des sources informationnelles –peu importe la qualité objective de ces sources– il existe un aspect encore plus problématique : Meta a décidé de modifier sa politique de modération de contenu en évitant de supprimer le contenu des Ukrainiens ordinaires exprimant leur « résistance et leur fureur » à l'égard des forces militaires d'invasion.

En réponse à ces mesures, Moscou a décidé à son tour de restreindre l'accès aux réseaux sociaux occidentaux en Russie. Puis, suite au tollé suscité par le changement de politique de modération de Meta –qui peut s'apparenter à une légitimation de l'appel à la violence– le ministère russe de la Justice a décidé d'ajouter Meta à la liste des « organisations extrémistes », interdisant ainsi toute activité de la firme américaine sur sol russe.

Les réseaux sociaux, apanages de Kiev

Toutefois, bien que l'utilisation des réseaux sociaux demeure importante et même si l'on reproche à la Russie de ne pas lésiner sur les moyens lorsqu'il s'agit de désinformation, grâce notamment à des armées de hackers ou des fermes à trolls destinées à intoxiquer la toile à l'échelle mondiale, force est de constater que la communication officielle russe s'avère plus sobre et défensive, si ce n'est plus « scolaire ».

A l'inverse, la communication ukrainienne est plus spectaculaire, destinée à toucher les cœurs et les esprits, notamment des populations occidentales, en reprenant les codes dramaturgiques et cinématographiques occidentaux, comme l'illustrent l'omniprésence et le style martial du Président Zelensky, véritable quintessence de la volonté de résistance du pays. Très rapidement, les autorités ukrainiennes ont compris l'utilité du monde digital comme l'indique l'augmentation considérable de l'engagement sur les réseaux sociaux des politiciens ukrainiens de tous niveaux ainsi que des leaders militaires et autres experts ou journalistes.

Autre exemple : la création par le Ministre ukrainien de la Transformation Numérique, Mykhailo Fedorov, d'une véritable « armée informatique ukrainienne » via un Tweet publié le 27 février 2022 et renvoyant vers un groupe Telegram qui invitait à lancer des cyber attaques et des opérations de déni de service sur pas moins de 31 banques, établissements commerciaux et sites gouvernementaux russes. Cette armée informatique serait forte de quelques 400'000 hackers volontaires ukrainiens et internationaux.

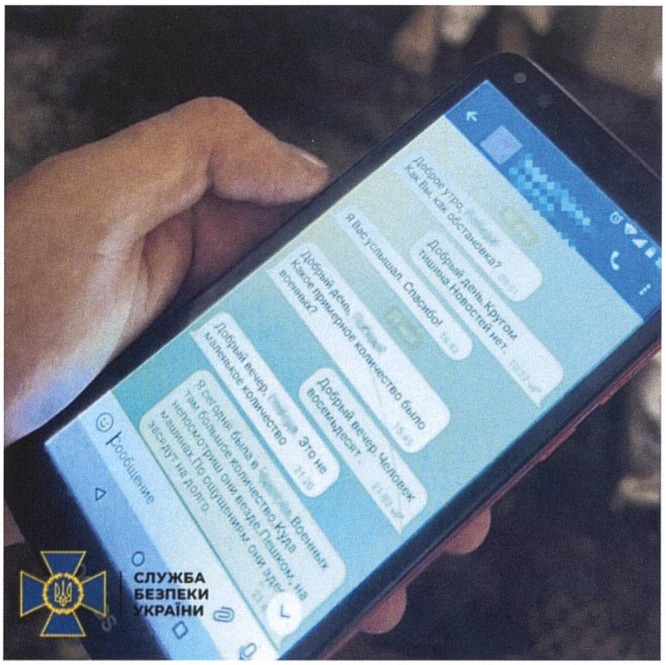
En outre, Kiev a créé un « Centre pour la communication stratégique » sous l'égide du Ministère de la Culture et de la Politique d'Information, ainsi qu'un « Centre pour la lutte contre la désinformation » sous la houlette du Conseil National de Sécurité et de Défense, dans lesquels les réseaux sociaux jouent un rôle particulier à des fins de communication mais également de (contre-)espionnage.

S'il semble évident que des actes d'espionnage sont commis au profit de chaque belligérant, il est intéressant de constater que les autorités ukrainiennes incitent vivement les citoyens lambda à transmettre toutes les informations opérationnelles utiles, à l'exemple du nombre de véhicules et de personnels, les emplacements, etc.) afin de permettre une défense et des contre-attaques efficaces. Dans cette optique, le Gouvernement ukrainien a redéfini l'utilisation de Diia, une application lancée en 2020 et conçue comme une initiative de bonne gouvernance visant à faciliter le renouvellement des permis de conduire, le paiement des contraventions de stationnement et le signalement des nids de poule. Désormais, Diia sert d'yeux et d'oreilles aux forces armées ukrainiennes en permettant aux citoyens de soumettre photos et vidéos géolocalisées d'observations de l'armée russe ou de dénoncer des personnes suspectées de collaboration ou de sabotage.

La « guerre TikTok » et ses risques

Le conflit russo-ukrainien témoigne d'une utilisation des réseaux sociaux comme moyens d'information voire de renseignement sans précédent. Cette utilisation n'est cependant pas sans risque et soulève de nombreuses interrogations.

Outre le problème déjà mentionné d'accès à l'information que représente l'engagement des plateformes de réseaux sociaux comme partie prenante à un conflit, on est également en droit de s'interroger sur la nature de telles prises de position. En effet, l'incitation pourrait être avant tout pécuniaire, dans la mesure où les plateformes ne voudraient pas risquer de perdre des utilisateurs et



Une photo partagée sur le compte Telegram du Service de sécurité de l'Ukraine (SBU) concernant la capture d'une femme qui aurait espionné pou rle compte de la Russie. Sur l'écran de son téléphone : un fil dans lequel elle rend compte des développements locaux, du nombre de militaires et de véhicules qu'elle a vus, ainsi que d'autres informations.
Source : https://democracy-reporting.org/en/office/ukraine/publications/personalities-of-public-opinion-the-influencers-dominating-ukraines-wartime-social-media

des soutiens si elles ne suivaient pas les réglementations édictées par les gouvernements, à l'instar du bannissement des médias russes par l'UE. Cet aspect financier transparaît également des potentiels biais algorithmiques propres aux médias sociaux et qui tendent à amplifier certaines voix, comptes ou sites web jugés plus prioritaires, en grande partie en fonction de leur potentiel de génération de revenus.

De plus, si cette position peut se lire comme une opposition à une guerre d'agression, pareilles actions menées dans d'autres contextes pourraient se révéler particulièrement nuisibles. Etant donné que le public qui consomme la plupart des réseaux sociaux –dont TikTok en premier lieu– est relativement jeune et influençable, que pourrait-on dire si un gouvernement organisait des rencontres pour *briefer* les influenceurs sur son agenda afin de le promouvoir sous couvert d'objectivité ? De même, que dire si les GAFAM commençaient à restreindre voire à supprimer l'accès à des médias contredisant simplement le gouvernement ou des personnalités politiques ?

D'un point de vue opérationnel, l'utilisation massive des réseaux sociaux par les citoyens ordinaires ont flouté les lignes de démarcation entre civils et militaires, ce qui a des implications considérables au regard du droit international humanitaire (DIH) ou « droit de la guerre ». En 2009 déjà, le Comité International de la Croix-Rouge a tenté d'y remédier par la publication de directives établissant trois critères cumulatifs pour déterminer la participation aux hostilités : l'action entraîne des conséquences militaires néfastes ; l'existence d'une relation de cause à effet entre l'acte et le dommage attendu ; et le critère du « lien avec le belligérant » (l'acte vise à spécifiquement soutenir une partie au conflit). Cependant, ces directives, qui ne font pas office de loi établie, soulèvent de nombreuses incertitudes et incohérences, notamment à l'aune des nouvelles technologies et des réseaux sociaux. Pour n'en mentionner que deux exemples : comment traiter un civil agissant de manière spontanée et qui téléchargerait des données de nature non-tactique sur l'application Diia mais qui serait quand même traitées par le renseignement militaire ? Ou comment prouver que l'action d'un *hacker* de « l'armée informatique ukrainienne » – qui aurait piraté des infrastructures civiles en Russie et s'insérant ainsi dans une participation directe au conflit – a entraîné une conséquence militaire suffisamment négative et qu'elle est destinée à nuire à la partie adverse dans le contexte des hostilités sur le terrain ukrainien ?

Finalement, ces biais algorithmiques et d'automatisation, qui supposent que la machine est de toute manière plus précise et plus fiable que l'humain, ajoutés aux biais cognitifs ordinaires, relativisent également l'utilisation des médias sociaux comme moyens de preuve dans le cadre d'enquêtes sur de potentiels crimes de guerre notamment, dans la mesure où tant les résultats de recherche que les analyses de données par les réseaux sociaux peuvent être biaisés. Mais ce sujet mérite une analyse à part entière.

Conclusion

L'information a toujours fait partie intégrante du champ de bataille, dont l'image peut être incomplète et erronée par ce qu'on appelle le « brouillard de guerre ». Cette guerre dans le « champ informationnel » ou « champ des perceptions » (pour reprendre les termes de la citation mentionnée en introduction) est bel et bien réelle. Les parties à un conflit usent systématiquement de propagande, de désinformation et de dissimulation en fonction de leurs intérêts. Le conflit en Ukraine ne fait pas exception et les réseaux sociaux en tant que dimension médiatique non-plus. Nous l'avons vu, la nature « totale » de cette guerre de l'information – impliquant notamment des gouvernements et des acteurs commerciaux non-parties au conflit afin de remporter la bataille de l'opinion – soulève bon nombre de questions d'ordre éthique, politique et juridique. Mais cette complexité ne signifie pas que cette guerre des perceptions se suffise à elle-même, car le réel l'emporte sur les narratifs. Cette guerre menée dans l'espace virtuel ne peut supplanter celle qui se mène dans l'espace matériel et, malgré ce que l'Occident semble vouloir croire, il n'a jamais suffi et ne suffira jamais de convaincre l'opinion que l'on gagne pour effectivement gagner.

Mais cette complexité ne signifie pas que cette guerre des perceptions se suffise à elle-même, car la difficulté réside au moment où le verbe et la réalité entrent en contact. Cette guerre menée dans l'espace virtuel ne peut supplanter celle qui se mène dans l'espace matériel et, malgré ce que l'Occident semble vouloir croire, il n'a jamais suffi et ne suffira jamais de convaincre l'opinion que l'on gagne pour effectivement gagner.

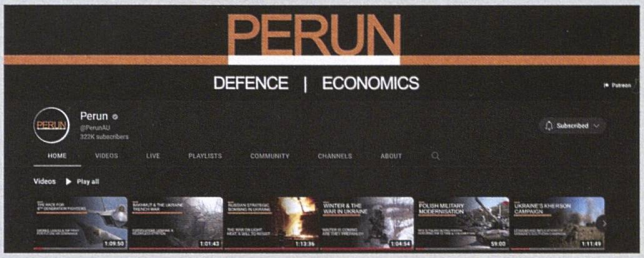
L. E. & N. R.

Guerre de l'information

Suivre la guerre sur Youtube

Comment lutter contre la désinformation et s'informer sur la guerre en Ukraine? La presse traditionnelle est confrontée à la difficulté de « l'immédiateté ». Les chaînes de télévision classiques consacrent beaucoup de temps à des débats d'opinion entre généralistes et beaucoup d'argent à envoyer sur le terrain quelques envoyés spéciaux; les chaînes d'information en continu peinent à garder leur audience captive...

YouTube, qui appartient à Google, compte actuellement plus de 50'934'583 chaînes, de qualité certes inégale. Mais la monétisation de ce réseau permet d'attirer des vocations – sachant que deux tiers des gains sont reversés aux producteurs de contenu. Voici une petite sélection de certaines chaînes qui ont marqué la dernière année, classées par nombre d'abonnés.



Ce classement est évidemment discutable – car le nombre d'abonné ne décrit que très imparfaitement le fait que certaines vidéos dépassent le million de vues et d'autres ont somme toute une audience très modeste.

Nous espérons que ce petit guide vous sera utile. Attention tout de même, seuls deux de ces productions sont en français. Bonne découverte!

A+V

Nom	Présentateur	Adresse	Abonnés	Remarques
Megaprojects	Simon Whistler	@megaprojects9649	884K	Documentaires éducatifs. Réalisation très professionnelle; sujets allant des inventions aux avions, en passant par de grands programmes de développements industriels.
Task & Purpose	Chris Cappy	@Taskandpurpose	875K	Présentations d'armes d'infanterie ou de systèmes d'armes américains/russes ainsi que discussions thématiques sur la guerre en Ukraine. Souvent humoristique, il arrive que le script soit biaisé ou fasse preuve de jugements superficiels, à l'emporte-pièce. Le présentateur fait souvent référence à son passé dans l'infanterie de l'US Army.
Military History Visualized (MHV)	Bernhard Kast	@MilitaryHistoryVisualized	740K	Série de présentations sur les blindés ou l'aviation de la Seconde Guerre mondiale ainsi que quelques questions récentes. Les présentations sont généralement basées sur des archives allemandes. Le ton est parfois pénible et lent.
Covert Cabal	Greg Robbins	@CovertCabal	397K	Excellentes recherches et documentations, analyse d'imagerie satellites et présentations sur les possibilités opératives/stratégiques dans le conflit en Ukraine.
Matsimus	Matthew James	@_Matsimus_	388K	Une chaîne qui dure depuis une dizaine d'années et qui présente de nombreux engins blindés du monde entier. L'auteur est un ancien militaire britannique, qui sert désormais en tant qu'artilleur dans l'armée canadienne. Certaines présentations sont plutôt superficielles.
Perun	N/A	@PerunAU	322K	Excellent site qui présente la situation en Ukraine à travers le prisme de l'économie de la défense, de l'industrie de défense et de la logistique. L'auteur est australien. Les présentations consistent en un Powerpoint et durent environ une heure.
Warographics	Simon Whistler	@warographics643	261K	Un autre site de Simon Whistler qui traite de l'histoire des conflits armés. Très bonne introduction en la matière, menée au pas de charge et sur un ton soutenu.
The Chieftain	LCL Nicholas Moran	@TheChieftainsHatch	252K	Depuis 9 ans, Nicholas Moran fait le tour des musées de chars à travers le monde. Recherchiste pour le jeu « World of Tanks » il est une voix reconnue dans le domaine. On compte ainsi des centaines de capsules consacrées à la présentation de l'intérieur et de l'extérieur de chars de combat. Certaines vidéos consistent en des séances de questions-réponses. Les commentaires ne sont pas dénués d'humour ou d'ironie.