

TV5MONDEplus: Une transformation digitale sur fond de cyberguerre et de techno- mystification

TV5MONDEplus: a digital transformation based on cyberwarfare and techno-mystification

Qemal AFFAGNON^(*)

Résumé:

Jusqu'en 1990, le paysage audiovisuel était principalement marqué par la présence des chaînes de télévisions nationales en Afrique. Par la suite, ce secteur médiatique a connu un développement extraordinaire à la faveur des processus de transition politique dans certains États francophones. Comme autre effet bénéfique, la libéralisation de ce secteur d'activité a favorisé une concurrence entre les médias locaux et internationaux. Au fil du temps, cette concurrence s'est accrue en raison de la diffusion des technologies numériques en Afrique. Cette compétition favorise le déploiement de certaines stratégies de conquête qui ne sont pas sans effets sur les populations. Ces stratégies présentent également des risques pour ces médias de même que pour leur public cible. Les mutations observées sont par exemple en mesure d'ouvrir de nouvelles brèches que des hackers

Abstract:

Until 1990, the audiovisual landscape was mainly marked by the presence of national television channels in Africa. Subsequently, this media sector has undergone an extraordinary development thanks to the political transition processes in some French-speaking countries. As another beneficial effect, the liberalization of this sector of activity favored a competition between the local and international media. Over time, this competition has increased due to the spread of digital technologies in Africa. This competition favors the deployment of certain strategies of conquest which are not without effect on the populations. These strategies also present risks for these media as well as for their target audience. The changes observed are, for example, capable of opening new breaches that hackers can exploit. Following a descriptive rather than theoretical approach, this study analyzes the digital strategy

^(*) PHD, Université d'Abomey-Calavi, Bénin

<p>peuvent exploiter. Suivant une approche plus descriptive que théorique, cette étude analyse la stratégie numérique adoptée par TV5Monde. Cet article présente également les diverses formes d'expression de conflits que cette stratégie est en mesure de générer dans le cyberspace.</p> <p>Key Words : mutation-Afrique-média-numérique-télévision</p>	<p>adopted by TV5Monde. This article also presents the various forms of conflict expression that this strategy is able to generate in the cyberspace.</p> <p>Key Words: mutation-Africa-media-digital-television</p>
--	---

Introduction :

De façon générale, la recherche sur les médias audiovisuels en Afrique se caractérise par une abondante littérature. A titre d'exemple, certains chercheurs ont consacré une grande partie de leurs travaux à la production des émissions télévisés. C'est le cas par exemple de Tudesq¹. D'autres chercheurs se sont penchés sur la réception audiovisuelle en Afrique tels que Schulz². Les questions relatives à la production et la consommation de films vidéo à l'image ont quant à elle fait l'objet de travaux chez des auteurs tels que Meyer³. Plus récemment, d'autres chercheurs ont approfondi leurs réflexions au sujet de l'après-télévision ou encore de la post-télévision. C'est le cas de

¹ TUDESQ A.J., *Les médias en Afrique*, Éditions Ellipses. Paris 1999.pp.150-163

² SCHULZ D., *Music Videos and the Effeminate Vices of Urban Culture in Mali*.Africa: *Journal of the International African Institute*, vol. 71, N° 3, 2001, pp.25-50

³ MEYER B., *Visions of Blood, Sex and Money : Fantasy Spaces in Popular Ghanaian Cinema*. *Visual Anthropology*, N° 1, 2003. pp.45-75

Missika⁴. D'autres champs de recherche ont été explorés. Il s'agit par exemple des changements qui se produisent dans l'univers du média télévisé au fil du temps⁵.

Au regard des diverses spécificités qu'offre le paysage médiatique Africain, l'Afrique subsaharienne francophone est une région idéale pour analyser les changements qui affectent l'existence de la télévision. En effet, plusieurs pays africains ont connu au tournant des années 1990, une vague de libéralisation de l'espace audiovisuel. À l'époque, les chaînes de télévision d'État bénéficiaient du monopole de l'espace médiatique. Contraints de libéraliser les espaces médiatiques, les pays Africains adopteront différentes stratégies par la suite.

A titre d'exemple, certains pays procédèrent à un pluralisme audiovisuel artificiel. Cette stratégie consiste à confier à des proches du gouvernement dûment identifiés le soin de mettre sur pied des projets télévisuels à contenus non subversifs.

Cependant l'arrivée des médias internationaux permettra de proposer une alternative cruciale au monopole des médias d'Etats et de favoriser la liberté d'expression dans certains pays du continent Africain⁶. Par ailleurs, les médias internationaux contribueront à

⁴ MISSIKA J. L. et WOLTON D., *La folle du logis, La télévision dans les sociétés démocratiques*, Gallimard, Paris, 1983 pp. 78-93

⁵ BEUSCART J. S., BEAUVISAGE T. et MAILLARD S., *La fin de la télévision ? Recomposition et synchronisation des audiences de la télévision de rattrapage. Réseaux*, N° 175, 2012, pp. 280-310

⁶ VITTIN , T., *L'impact des radios internationales en Afrique noire ,The impact of international radios in Sub-Saharan Africa*. In T. Mattelart (Ed.), *La mondialisation*

offrir une plus grande diversité de points de vue, en particulier dans des pays où, l'absence de reportages impartiaux de la part des médias nationaux était une réalité⁷.

En dehors de cet avantage, il importe de préciser la capacité des médias internationaux à instaurer le dialogue social en jouant le rôle de plateformes de discussion autour de sujets internationaux et régionaux⁸.

De plus, il faut ajouter que les médias internationaux ont su faciliter un dialogue des cultures entre le nord et le sud⁹. Compte tenu de ce qui précède, il paraît aisé de comprendre comment TV5 Monde est parvenu à connaître du succès auprès des téléspectateurs africains.

I - Une stratégie de conquête multiforme

Dans un marché de la télévision qui se transforme à grande vitesse, des groupes de télévision tels que TV5MONDE se sont rapidement tournés vers l'Afrique. Cette stratégie a ainsi conduit TV5 à renforcer son implantation africaine. Pour une chaîne qui tire sa croissance du marché international, cette décision a eu une incidence bénéfique sur le déploiement de l'offre de TV5 à destination de ces téléspectateurs africains.

des médias contre la censure.: Editions De Boeck Université Brussels, Belgium 2002 p.176

⁷ ZOLLNER O., **A quest for dialogue in international broadcasting: Germany's public diplomacy targeting Arab audiences.** Global Media and Communication 2006,p.198

⁸ HAFEZ K., **The myth of media globalization.**, Polity Press, Malden MA: 2007,p.234

⁹ Op. cit

1.1- Lancement du Réseau international des Maisons de la francophonie

Dès 1992, TV5 Monde s'illustre en effet à travers une politique de proximité au Burkina Faso, au Bénin, au Cap-Vert, au Burundi, au Niger et au Sénégal. Cette politique de proximité s'articule autour de la construction de plusieurs Maisons TV5. Le concept de maison TV5 a été mis en œuvre dans plusieurs pays francophones au tournant des années 2000. Dans ces lieux de rassemblement, il était possible de regarder la télévision, mais également d'organiser des événements heureux, notamment des anniversaires et des mariages. Quelques années avant l'ouverture des Maisons TV5, il convient de souligner le fait qu'une série d'études produites par TNS Sofres/Africascope en 2015 ont montré que TV5 enregistrait à cette époque de fortes progressions en termes de notoriété et d'audience¹⁰. Par ailleurs, ces études révélèrent la place prépondérante que cette chaîne occupe dans le paysage audiovisuel africain. Sur la base de ce constat, et dans le but de renforcer sa notoriété, TV5 a très tôt élaborer une stratégie de développement sur les canaux digitaux. Cette démarche peut se comprendre dans la mesure où, la chaîne francophone est l'un des

¹⁰ Les études menées entre mai et juillet 2015 en Côte d'Ivoire, au Sénégal, en République Démocratique du Congo et au Cameroun, confirment à cette époque, la place prépondérante de TV5MONDE dans le paysage audiovisuel de l'Afrique francophone.

trois plus grands réseaux mondiaux de télévision, aux côtés de MTV et CNN. A travers son orientation vers la diffusion numérique , la chaîne vise également la conquête de nouveaux publics. Cette volonté affichée par le groupe TV5 peut se comprendre dans la mesure où, l'industrie télévisuelle s'est toujours efforcée de s'adapter aux évolutions des goûts et des pratiques des téléspectateurs en cherchant à coller au plus près de leurs habitudes pour développer son économie . A titre d'exemple, l'histoire de la télévision se caractérise par l'existence d'un rapport étroit entre sa relation au public et l'évolution de ses programmes au cours de la transformation de ses modèles économiques¹¹.

1.2- Un nouvel environnement économique

Située au coeur d'une véritable industrie, la télévision continue de subir, une mutation sans précédent de sorte qu'elle devient l'objet d'un énorme enjeu économique et financier.

Castells insiste pour sa part sur le fait que cette nouvelle économie informationnelle est étroitement liée au processus de la globalisation¹². Au sujet du caractère global de cette économie informationnelle , Castells estime que les activités clés de production, la consommation ,

¹¹ SAUVAGE M. et VEYRAT-MASSON I., **Histoire de la télévision française de 1935 à nos jours**. Nouveau Monde, Paris, 2012, pp.357-389

¹² CASTELLS, M., *The information age: Economy, society and culture*. Volume 1: **The rise of the network society**. Wiley Blackwell, Oxford, England 2010, pp.256-315

la distribution, ainsi que ses composants à savoir le capital , le travail, les matières premières, la gestion, l'information, la technologie et les marchés sont organisés à l'échelle planétaire, soit de manière directe ou à travers un réseau de liens entre des agents économiques. Cette mise en contexte de Castells nous permet de comprendre que TV5 qui diffuse des programmes à destination du monde entier depuis 1984 fait par conséquent preuve d'une ambition planétaire¹³. De fait, TV5 qui est disponible dans le monde entier auprès de 364 millions de foyers dispose de certains atouts. ¹⁴

Parmi ces atouts, on retrouve l'usage de la langue française. Il s'agit de la cinquième langue la plus parlée au monde avec 300 millions de locuteurs, dont 235 millions de locuteurs quotidiens. Dès lors , il est aisé de comprendre l'importance du facteur linguistique dans le mécanisme de transmission développé par TV5 Monde. Bien que francophone, TV5 Monde affiche une vision planétaire car sa programmation tente de s'adapter aux spécificités de chacun des pays dans lequel elle est diffusée. Dans le cadre de cette stratégie, la chaîne s'efforce de tenir compte des attentes du public.

C'est ainsi qu'en 2017, alors qu'elle célèbre vingt cinq ans de présence africaine, TV5 lance une offre numérique gratuite et dédiée au

¹³ op. cit.

¹⁴ Un rapport produit en 2018 par l'Organisation internationale de la francophonie de montre qu'il y a quatre ans que le français était en sixième position mais que depuis 2014 , il connaît *une progression de 10 % et se positionne* après le chinois, l'anglais, l'espagnol et l'arabe.

continent. A travers ce virage, le média francophone procéda au lancement d'un site internet et d'une application mobile. Un des objectifs poursuivis à travers la réalisation de cette stratégie était de capter l'attention d'un public plus jeune et de se positionner davantage dans le champ médiatique africain. De fait, il convient de rappeler que pendant longtemps, les émissions de TV5 étaient réalisées exclusivement en Belgique, au Canada, en France et en Suisse. Or, la provenance des ces émissions venaient constamment rappeler aux téléspectateurs africains que les émissions diffusées sur les antennes n'étaient pas initialement produites pour le continent. Pour changer son approche en direction du public africain, TV5 oeuvra pour le lancement en 2010, d'une web tv qui offre des émissions dédiées au continent africain.

II. Une Web TV au plus près de ses téléspectateurs

Au fil du temps, la télévision, sous l'effet de plusieurs changements technologiques est devenue un vecteur d'abondance au travers duquel , de nombreuses émissions sont accessibles au public. Au sein de TV5 par exemple, une véritable plateforme de production médiatique internationale s'est ainsi bâtie autour de la langue française.

2.1- L'atout linguistique comme support de création des contenus

En faisant la promotion de la langue française, TV5 cherche aussi dans un premier temps à palier le déficit d'images et de programmes venant de l'Afrique vers les pays du Nord. Au delà de ce constat, il convient de préciser que l'emprise linguistique de TV5 représente un enjeu politique, culturel et économique important sur le plan géopolitique. Pour Marie-Christine Saragosse, l'importance géopolitique de TV5 se comprend dans la mesure où, les pères fondateurs de TV5 ont eu l'intuition de rassembler leurs forces, dans le but de toucher leurs concitoyens expatriés¹⁵.

En dehors de cet objectif, les pères fondateurs de TV5 étaient également motivés par la volonté de toucher le plus grand nombre de francophiles à travers le monde. Cette volonté de rayonnement sur le plan mondial peut se comprendre au travers de la théorie de Hyrmer qui explique pourquoi des entreprises se tournent vers l'étranger. ¹⁶. Selon la théorie développée par ce dernier, certaines entreprises se tournent vers la sphère internationale, lorsqu'elles détiennent certains avantages spécifiques ou monopolistiques transférables internationalement.

Kindleberger a repris cette théorie pour mettre l'accent sur la nature monopolistique de ce type de stratégie face à des imperfections de marchés¹⁷.

¹⁵ SARAGOSSE, M., TV5MONDE, *ce n'est pas seulement une chaîne de TV, c'est tout un projet culturel*. **Géoéconomie**, vol. 55, no 4, 2010.,pp35-50

¹⁶ HYMER S.H., ***The international Operations of national firms : a Study of Direct Foreign Investment***. Cambridge, MA: MIT Press, 1976, pp.80-136

¹⁷ KINDLEBERGER, C. P., ***American Business Abroad: Six Lectures on Direct Investment.***, Yale University, New Haven, Connecticut 1969,pp.139-150

Dans cette logique, Dunning souligne que des économistes en organisation industrielle ont cherché à identifier les avantages spécifiques que possèdent les firmes internationales¹⁸. Pour bon nombre d'entre ces économistes, les variables significatives diffèrent toutefois en fonction de l'industrie, du pays, et souvent, de la compagnie. En effet, en raison du rôle social que jouent les médias, les entreprises de ce secteur visent souvent d'autres objectifs que la simple recherche du profit¹⁹. Cette affirmation peut se comprendre dans la mesure où, bon nombre de pays possèdent des entreprises d'Etat jouant un rôle de service public. Dans le secteur de la télévision, ces entreprises, bien qu'elles doivent faire compétition aux diffuseurs privés pour les revenus publicitaires, ont comme priorité d'assurer un service public de la meilleure qualité possible sans nécessairement rechercher la maximisation des profits.

2.2 - La mystification numérique comme socle d'une nouvelle politique d'influence

Pasolini (2003) explique que ce processus se manifeste cependant par le biais d'une mystification à travers la diffusion d'images, de déclarations, de services et d'idées qui font croire à la population que

¹⁸ DUNNING J .H., Trade , *Location of Economic Activity and the Multinational Enterprise: A search for an Eclectic Approach.* in Dunning J.H.(ed), **Explaining International Production**, Unwin Hyman, Londres 1998,pp.250-253

¹⁹ DOYLE G. **Understanding Media Economics**. Sage, London 2002,pp.213-216

tout va pour le mieux et que tout est fait pour le bien de tous. Dans un tel contexte, les effets d'une attitude aussi paternaliste peuvent être considérable sur les individus aussi bien sur le plan cognitif, affectif que comportemental. Grâce à la langue française, TV5 est ainsi en mesure d'étendre son influence sur les aires culturelles issues de la période coloniale. C'est pour toutes ces raisons que Pasolini insiste sur la mystification de la réalité. Selon lui, cette mystification donnerait l'opportunité à la télévision et par conséquent à la culture qu'elle diffuse de s'ériger auprès de la masse en modèle social, politique ou culturel²⁰. La dimension idéologique d'une telle influence est importante car elle permet de comprendre comment il est possible d'influencer le comportement des téléspectateurs par le biais d'une langue, grâce au contenu des émissions. Cette influence s'exerce au travers de toute une série de rapports socio-historiques mais également par le biais de différents codes et une multitude d'interactions.

Pour Serdaroglu, ces interactions permettent de comprendre comment la magie du petit écran permet à TV5, de créer de nouveaux répertoires d'actions²¹. Toujours selon Serdaroglu, il s'agit d'une série d'interactions qui permettent de faire rejaillir des codes culturels sur des individus en quête d'une nouvelle identité, ou qui cherchent à combler

²⁰ PASOLINI P., *Contre la télévision et autres textes sur la politique et la société*. Traduit de l'italien par C. Michel et H. Joubert-Laurencin, Les Solitaires Intempestifs, Besançon 2003, pp.349-360

²¹ SERDAROGLU O., *TV5 : quand le Nord et le Sud se rencontrent en français: On n'habite pas un pays, on habite une langue*. Hermès, **La Revue**, vol. 30, N° 2, 2001, p.14

leurs lacunes intellectuelles²² . En 2016 par exemple , une étude Ipsos révèle que les jeunes africains passent chaque jour en moyenne 2 heures 20 minutes sur Internet et les réseaux sociaux, et 1 heure 40minutes devant la télévision. Ce constat permet de déduire que les chaînes de télévision se sont ainsi emparées des technologies numériques tout en offrant des dispositifs permettant de nouvelles expériences télévisuelles aux téléspectateurs africains²³.

Sur le continent africain, cette tendance se caractérise désormais par l'apparition des services de vidéo à la demande . C'est la cas de la plateforme Netflix qui a signé en février 2018, un partenariat avec OSN, un opérateur de télévision payante basé à Dubaï . Populaire au Moyen-Orient mais aussi dans toute l'Afrique du Nord, l'opérateur OSN offre la possibilité à ses abonnés d'accéder à la plateforme de vidéo à la demande par le biais de leur box tv. Suite au lancement de certaines plateformes de vidéo à la demande dans le paysage africain tels que Buni TV et Iroko Tv , TV5 a emboîté le pas à ses prédécesseurs en lançant sa plateforme dénommée TV5MondePlus.

Déjà accessible gratuitement sur le web, TV5MondePlus est également disponible sur les applications mobiles et sur les postes de télévision connectées. A travers son ambition de conquérir un public mondial, la

²² op. cit

²³ BEUSCART J. S., BEAUVISAGE T.et MAILLARD S., *La fin de la télévision ? Recomposition et synchronisation des audiences de la télévision de rattrapage. Réseaux*, N° 175, 2012, p.119

plateforme TV5MondePlus n'a pas été uniquement mise à la disposition du public francophone .

De fait , l'offre de TV5 est également accessible au public francophile car les programmes de la plateforme sont sous-titrés en cinq langues. Parmi ces langues on retrouve l'anglais, l'espagnol, l'arabe et l'allemand et l'interface de la plateforme est disponible dans ces langues. Compte tenu du fait qu'elle est gratuite, TV5MondePlus ambitionne de développer ses propres recettes grâce à la publicité. De façon pratique, cette offre publicitaire devra s'articuler autour de spots courts.

Par ailleurs, ces spots seront commercialisés par la régie publicitaire de France Télévisions avant la diffusion des vidéos sur la plateforme. Il convient cependant de craindre que cette pratique ne favorise à long terme, une perversion du message publicitaire .

En effet, à l'ère de la publicité ciblée, le modèle d'affaires qui prévaut dans les médias en ligne repose sur la création d'un contenu attirant pour cibler des lecteurs dont les informations sont récoltées et vendues à des sociétés de collecte de données. Avec ces données, certaines agences de communication sont en mesure de glaner des informations telles que les convictions politiques , qui sont ensuite convertis en publicités ciblées.

Il convient de préciser également que si les plateformes de de vidéo à la demande ont le vent en poupe, ces entreprises attirent l'attention des pirates informatiques. Entre le 6 et le 12 avril 2020 par exemple, des pirates ont créent plus de 700 fausses pages web afin de tromper les

abonnés de Disney+ et Netflix²⁴. Grâce à ce procédé, les pirates informatiques sont parvenus à attirer des utilisateurs sans méfiance avec une offre d'abonnement gratuite dans le but de subtiliser leurs données personnelles.

En 2019, la chaîne M6 a annoncé également avoir été la cible d'une attaque informatique qui aurait pu interrompre la diffusion de ses programmes à la télévision et à la radio. Toutefois, la cyberattaque qui a le plus marqué le grand public reste le piratage de TV5 en 2015.

III. Une cyberattaque sans précédent dans le monde de la télévision

Pour une chaîne de télévision de renommée internationale telle que TV5, il est primordial qu'elle parvienne à délivrer en permanence son signal télévisé. En parvenant à compromettre la diffusion des services de la chaîne francophone, les pirates informatiques ont poussé TV5 Monde à revoir à la baisse ses ambitions et son positionnement sur l'échiquier mondial. D'un point de vue géo-stratégique, la Russie, influente en Afrique à l'époque soviétique, peut désormais faire usage de la guerre informationnelle dans le but de renouer avec le continent Africain.

3.1- La Russie : puissance redoutable dans le cyberespace

²⁴ Pendant la pandémie de coronavirus, les cybercriminels ont profité de l'intérêt suscité par les services de streaming pour lancer des attaques de grande envergure tout en se faisant passer pour des géants du streaming à des fins néfastes.

Le 8 avril 2015 , TV5 avait subi une attaque informatique menée par des individus qu'une enquête a identifié comme étant des hackers russes. Cette attaque est intervenue le jour du lancement de TV5 Monde Style HD²⁵. Il s'agit d'une chaîne thématique dédiée à l'art de vivre à la française , avec pour ambition de couvrir notamment le Maghreb et le Moyen-Orient. De par la stratégie utilisée dans l'élaboration de cette attaque, Saïd Haddad relate que TV5 a été neutralisée d'un seul coup, un acte qui s'est traduit par un écran noir à l'antenne²⁶.

Le fait que le piratage de TV5 soit attribué à des pirates russes démontre comment les cyber-opérations sont devenues une pièce maîtresse pour la Russie dans sa confrontation avec l'Occident . En effet , il s'agit de pratique qui remontent à la période de l'existence de l'URSS²⁷. Cette période fut marquée par les discours de Lénine au sujet des pratiques de propagande. Selon ce dernier, la propagande doit s'articuler autour d'actes concrets plutôt que de simples mots²⁸.

Toutefois, il convient de préciser, que contrairement à l'époque soviétique et à celle de la Guerre froide, la propagande russe contemporaine n'est plus idéologique .Au fur et à mesure que les relations de Moscou avec l'Occident continuent de se détériorer , la

²⁵ HADDAD S., *Le piratage de TV5 Monde ou l'affirmation d'un discours anticyberterroriste*. Dynamiques internationales, 2008.p.18

²⁶ op. cit

²⁷ SUKHANKIN S., *The Western Alliance in the face of the Russian disinformation machine : Where does Canada stand .* The School of Public Policy Publications , University of Calgary . SPP research Paper, Volume 12, 2019. p174

²⁸ op. cit

propagande russe s'attacherait désormais à saper les institutions occidentales .

Dans pareil contexte, la propagande Russe considère les cyber-opérations comme un moyen efficace qui permet d'atteindre des objectifs géopolitiques axés sur des points clés²⁹. L'un de ces points est le contrôle réflexif. Il s'agit d'une forme de guerre psychologique dans laquelle une attaque est conduite non pas pour détruire l'ennemi de l'extérieur mais pour qu'il s'autodétruise via une auto-désorganisation. Dans certains cas , la méthode de propagande employée par la Russie peut recourir à des tactiques qui comprennent la désinformation écrite ou orale et des efforts menés dans le but de mettre à genoux les médias étrangers.

Dans le cas de TV5 par exemple, l'attaque informatique fut revendiquée dans un premier temps par un mouvement proche de Daesh, en l'occurrence le CyberCaliphate. Cependant, l'enquête diligentée par le parquet de Paris à identifier les assaillants de TV5 comme étant APT28. Il s'agit d'un groupe russe qui n'est ni associé à Daesh et encore moins au CyberCaliphate. Pour un pays en conflit avec l'Occident dans pratiquement tous les domaines, la Russie est devenu l'un des principaux acteurs de la guerre informationnelle à partir d'août 2008³⁰.

²⁹ LUCAS E. and POMERANTSVEV P., *Winning the Information War: Techniques and Counterstrategies to Russian Propaganda in Central and Eastern Europe.* Information Warfare Project in Partnership with the Legatum Institute, CEPA, Washington DC 2017, p.256

³⁰ op. cit

A l'époque, Anatoliy Tsyganok, chef adjoint de l'état-major général des forces armées russes déclarait que la Géorgie avait gagné la guerre de l'information au début du conflit mais qu'elle l'avait perdue à la fin³¹. C'est ce tournant majeur qui permettra aux dirigeants russes de percevoir l'importance du réseau Internet en tant qu'outil de confrontation³². D'une part, Internet permettrait dans un premier temps d'abolir les frontières. D'autre part, l'intérêt des autorités russes pour le réseau Internet réside dans le fait qu'il permet une circulation transnationale de l'information. En s'appuyant sur la phase initiale de la crise ukrainienne et sur l'annexion de la Crimée, on peut observer la portée des cyber-opérations russes a augmenté en même temps que les ambitions mondiales du Kremlin³³.

Ces dernières années, il convient de souligner qu'on observe une augmentation des pratiques d'intrusion dans la politique intérieure de certains états, notamment durant les périodes électorales. En général, ces pratiques sont destinées à influencer le climat socio-politique du pays visé.

En 2017 par exemple, un rapport de l'entreprise japonaise de cybersécurité Trend Micro attribuait au groupe russe Pawn Storm, une tentative de hameçonnage. Selon l'entreprise japonaise de

³¹ Le 7 août 2008, l'armée géorgienne attaquait l'Ossétie-du-Sud, après plusieurs jours d'accrochages avec les séparatistes alliés de Moscou. La contre-attaque russe fit au moins 390 morts, en cinq jours, parmi les civils et entraînant le déplacement forcé de plus de 100.000 personnes

³² op. cit

³³ op. cit

cybersécurité, l'intention était de destabiliser la campagne du candidat d'alors Emanuel Macron³⁴.

Dans de nombreux cas, le mode opératoire des pirates russes repose sur la discrétion. Au-delà de la supériorité numérique écrasante, c'est bien évidemment la manœuvre russe, combinant des actions à la fois sur le terrain mais également dans le champ des perceptions, diplomatique, ou encore dans le cyber-espace, qui explique le succès de ces attaques informatiques.

3.2- Une attaque informatique préparée avec minutie

Afin d'atteindre leurs objectifs, les pirates informatiques russes privilégient par exemple l'infection de postes distant en passant par l'envoi de pièces jointes . Une fois cette étape passée, ils pénètrent lentement dans le système d'information de leurs cibles. Dans le cas de TV5, l'attaque informatique est intervenue au mois d'avril 2015 mais le processus fut enclenché dès la fin du mois de janvier 2015.

Le mode opératoire consista à utiliser l'envoi de mails aux journalistes de la chaîne internationale francophone afin de les piéger. Il s'agit d'une technique classique qui consiste à se servir d'un mail infecté par un virus . Grâce à cette astuce, le destinataire est invité à télécharger une pièce jointe ou à cliquer sur un lien. Une fois cette action réalisée, elle

³⁴ Pour parvenir à cette conclusion, Trend Micro a analysé le mode opératoire du groupe de hackers russe Pawn Storm, également connu sous le nom de Fancy Bears, Tsar Team ou APT28, avec des données compilées sur deux ans

provoque l'installation d'un logiciel malveillant sur la machine utilisée par le récipiendaire du message.

C'est ainsi que trois employés du personnel de TV5Monde, ont répondu au mail qui leur a été adressé. En procédant de la sorte, ces employés ont permis aux hackers de pénétrer le système de la chaîne à l'aide de logiciels de type cheval de Troie. En général, le cheval de troie est une application ou un fichier fiable qui convainc l'utilisateur qu'il peut être téléchargé en toute sécurité.

Lorsque l'utilisateur télécharge et exécute le logiciel malveillant sur un appareil, le logiciel qu'il contient est activé. Une fois que le cheval de Troie est téléchargé et activé, les cybercriminels peuvent ensuite prendre le contrôle de l'appareil sur lequel il se trouve. Trois semaines avant l'attaque de TV5, la deuxième phase de l'offensive contre la chaîne de télévision fut ainsi déployée durant le mois de mars. Cette étape a permis la contamination de plusieurs ordinateurs de TV5Monde par un virus.

D'une ampleur inédite, cette attaque est parvenu à mettre toutes les antennes de la chaîne dans l'impossibilité d'émettre dans le monde entier. Le piratage a commencé peu après 22 heures par les réseaux sociaux. Sur les compte Facebook de TV5, des documents présentés comme des pièces d'identité et des CV de proches de militaires français impliqués dans des opérations contre l'État islamique ont été postés subitement à la face du grand public.

Toujours sur le compte Facebook de TV5Monde, on pouvait également voir un message indiquant que le président français François Hollande

menait une guerre qui ne sert à rien. Le message accusait aussi le président français d'avoir commis une faute impardonnable . Peu après le début de l'attaque, le système informatique interne de TV5 monde a été complètement mis à l'arrêt .

L'opération fut tellement bien menée qu'elle a permis aux pirates de diffuser un message écrit en français, en arabe et en anglais qui est venu remplacer la page d'accueil du site internet de TV5. Sur la page d'accueil du site internet de TV5 monde, on pouvait y lire des menaces envers la chaîne, ainsi qu'une glorification de la charia. Ce même message était relayé au nom de la chaîne sur les réseaux sociaux.

IV. Un incident qui a produit des traumatismes multiples

Six ans après la cyberattaque perpétrée contre elle , TV5 continue de traîner des séquelles. Si la chaîne francophone a dû renforcer drastiquement sa sécurité informatique, elle est à la recherche permanente de nouvelles niches d'économies budgétaires.

4.1- L'informatique de la chaîne internationale de télévision frappée en plein cœur

En raison de la la complexité de l'attaque qu'ils sont parvenus à mettre au point , les pirates ont très vite réussi à pénétrer les serveurs d'encodage et de diffusion des programmes de la chaîne de télévision. Cette situation a conduit à l'interruption de toutes les émissions de TV5Monde durant pratiquement une journée. Le même constat a pu se faire simultanément sur Internet. En effet, les sites Internet et les

pages de TV5 sur les réseaux sociaux affichaient des revendications de l'État islamique aux premières heures de l'attaque informatique. Pendant toute la durée de cette panne, la chaîne fut ainsi contrainte d'afficher un écran noir.

Cependant, il se trouve qu'un jour avant l'attaque informatique, TV5Monde Style HD, avait commencé par émettre dans la zone Asie-Pacifique, dans les pays du Maghreb et du Moyen-Orient. Il s'agit d'une chaîne thématique dédiée à l'art de vivre à la française. Ce constat nous permet de déduire qu'Internet peut servir des stratégies indirectes qui, même en temps de paix, visent à affaiblir un secteur d'activité, une entreprise, un pays et fournir ainsi des avantages concurrentiels à certains acteurs socio-politico-économiques.

La cyberattaque contre TV5 Monde nous permet également de comprendre que désormais, il faut considérer les technologies de l'information et de la communication comme des armes nouvelles dans l'art de faire la guerre. En effet, tout comme le sol, la mer ou les airs, le cyberspace se présente comme un nouveau théâtre d'opérations militaires auquel l'ennemi n'est pas familier et qui le met par conséquent en situation d'infériorité.

Par ailleurs, il est possible d'associer cette stratégie à une forme de philosophie asiatique de la conflictualité, qui cherche à minimiser les affrontements directs, dont l'issue peut parfois être incertaine, et qui s'oppose ainsi à la vision occidentale de l'affrontement directe qui recherche un affrontement direct.

4.2-Géopolitique du cyberspace: enjeu majeur de puissance

A défaut de temporiser les conflits géopolitiques, Internet semble au contraire les multiplier et les compliquer. En effet, l'éminent universitaire militaire russe Vladimir Slipchenko affirmait en 2004 que l'information est devenue une arme destructrice au même titre que la baïonnette, la balle ou le projectile³⁵. Les propos de cet universitaire militaire russe nous permettent de comprendre les armes issus du champ médiatique peuvent être utilisées de manière efficace en temps de paix aussi bien qu'en temps de guerre³⁶.

Ces nouvelles formes d'affrontements dans le champ médiatique renforce également l'idée relative à la dématérialisation des conflits à notre époque. Cette dématérialisation caractérisée par une absence de normalisation dans le cyberspace actuel, offre aujourd'hui l'opportunité à des États de faire usage d'une panoplie d'armes cybernétiques. De fait, la croissance exponentielle d'Internet engendre désormais de belles crispations territoriales dans le cyberspace. A titre d'exemple, le ministère russe de la Défense définissait en 2011, la guerre informationnelle comme la capacité de mener des campagnes psychologiques de masse afin de déstabiliser un gouvernement et de le

³⁵ GAREEV M and SLIPCHENKO V., *Budushchaya Voyna*. Polit.ru OGI, Moscow 2005, p.149

³⁶ GILES K, *Information Troops, a Russian Cyber Command? Oxford*, Conflict Studies Research Centre, U.K. 2011,p.215

forcer à prendre des décisions dans l'intérêt de ses détracteurs³⁷. D'autres auteurs de la communauté militaro-stratégique estiment que les guerres seront dorénavant menées suivant une combinaison qui s'appuie sur des mesures militaires, non-militaires et des mesures spéciales non-violentes³⁸. Ces tactiques s'appuient sur un mélange de mesures qui offrent un avantage se caractérisant par une supériorité dans le champ informationnel³⁹.

Dans cette conception novatrice que certains auteurs de la communauté militaro-stratégique ont de l'art de combattre la guerre informationnelle sera le point de départ d'une conflictualité hybride⁴⁰. Au sein de notre société interconnectée dans laquelle la télévision reste un média populaire, cette guerre vise principalement à annihiler la cohérence d'ensemble de l'adversaire.

A terme, l'objectif recherché est de dégrader l'efficacité opérationnelle de l'adversaire. Depuis le début de la crise en Ukraine et en réponse à la couverture médiatique faite par TV5 sur le sujet, nous pouvons clairement constater que la Russie a mis le pied sur l'accélérateur en matière de cyber-opérations⁴¹.

³⁷ ALLEN T.S., and MOORE A.J., *Victory without Casualties: Russia's Information Operations*. Parameters. U.S. Army War College Publications, vol. 48, N° 1. 2018, pp.25-27

³⁸ CHEKINOV S.G., and BOGDANOV S.A., *Voennoe Iskustvo na Nachal'nom Etape XXI Stoletya: Problemy i Suzhdeniya. Voennaya Mysl*, N° 1, 2015, pp.31-41

³⁹ op. cit

⁴⁰ op. cit

⁴¹ NOCETTI J., *Guerre de l'information : le web russe dans le conflit en Ukraine*, Conseil Supérieur de la Formation et de la Recherches Stratégiques. **Russie.Nei. Reports**, N° 20, 2015.

La bataille informationnelle autour de l'annexion de la Crimée et les hostilités entre les séparatistes pro-russes et les forces loyales en Ukraine ont donné lieu à une guerre intense de l'information⁴². Ces signes sont aujourd'hui synonymes de l'amélioration des compétences techniques de la Russie dans le cyberspace. De plus, ces signes permettent de mesurer la détermination de plus en plus forte du Kremlin à recourir au cyber-armement. En effet, la Russie choisirait de recourir à l'usage de moyens alternatifs dans le but d'affaiblir ses adversaires. Cette stratégie adoptée par la Russie dépasse bien entendu le cadre géographique de l'Ukraine et celui de l'espace postsoviétique. Par ailleurs, au-delà de l'utilisation de l'arme cybernétique, la Russie dispose également d'une chaîne de télévision dénommée Russia Today. A l'image de TV5, cette chaîne de télévision revendique également un objectif de diplomatie publique. De par son fonctionnement, Russia Today bénéficie d'un réseau de chaînes d'information en continu multilingues, qui alternent à l'instar de TV5, la diffusion de journaux télévisés, d'émissions et de reportages.

Si l'activité des deux chaînes se déclinent à travers des sites en ligne et une forte présence sur les réseaux sociaux, Russia Today projette dorénavant d'installer un bureau au Maghreb. Or, ces dernières années, la Russie jouit sur le continent Africain d'une image positive qui la place en concurrence avec la France⁴³. De plus, dans des pays tels que

⁴² op. cit

⁴³ LIMONIER K, *Diffusion de l'information russe en Afrique*. **Note de recherche**, N° 66, Essai de cartographie générale, 2018, p.40

le Sénégal, la Côte d'Ivoire, le Cameroun et le Burkina Faso, les informations en langue française des médias russes sont reprises et partagées à grande échelle⁴⁴.

A titre indicatif par exemple, la page francophone de la chaîne Russe sur Facebook a vu le nombre de ses abonnés passer de 500 000 à 850 000 entre 2017 et 2018. Parmi les abonnés supplémentaires, il importe de souligner que mille se trouvaient en France. Si le chiffre des abonnés en France est relativement modeste, on pouvait dénombrer trente mille adhésions en provenance d'Algérie, dix mille du côté du Maroc, neuf mille pour la Tunisie et cinq mille au Mali. En plus de ce constat, il importe de remarquer que les médias russes émettant en français, sont souvent perçus comme étant de qualité dans certains pays africains⁴⁵. Par conséquent, cette influence médiatique est capable de servir de tremplin au Kremlin, de même qu'à ses partenaires directs ou indirects sur le continent africain⁴⁶.

Toutefois, il importe de souligner que dans ces nouveaux acteurs ne doivent pas être perçus comme étant russes ou issus de l'espace postsoviétique. Au contraire, ces nouveaux acteurs apparaissent comme des agents dont l'objectif est de fructifier un capital économique, politique ou culturel.

⁴⁴ op. cit

⁴⁵ LIMONIER K., & VERGERON, *L'écho médiatique russe en Afrique: Entre influence et sensationnalisme*. **Diplomatie**, N° 108, 2021, p.55

⁴⁶ op. cit

Conclusion

Le secteur de la télévision évolue, dans un environnement en pleine mutation en Afrique. Cet environnement est marqué par un champs de batailles dans lequel l’Afrique a du mal à développer sa propre voix. En attendant une évolution dans ce domaine, cette situation permet de renforcer une dépendance fort ancienne du continent africain vis-à-vis des chaînes de télévision internationales qui en plus du fait qu’elles développent la circulation de l’information sur le continent se livre également à une guerre informationelle dans des pays où les États ont été pendant longtemps jaloux de leur monopole audiovisuel. Depuis sa création en 1984, TV5Monde a su s’adapter à cet environnement en perpétuelle évolution sur le continent Africain.

De plus, la chaîne est parvenu à se maintenir dans le peloton de tête des diffuseurs les mieux distribués en Afrique. Au fil du temps, TV5Monde a su prendre en compte le changement des habitudes d’écoute et l’émergence des nouveaux supports d’information dans le paysage médiatique africain. Ce processus de transformation profonde, qui résulte notamment de la numérisation de l’information a conduit, au phénomène bien connu à l’heure actuelle, de l’intégration des trois industries les plus importantes de la société de l’information . Il s’agit des télécommunications, de l’audiovisuel et de l’informatique. C’est ainsi que la chaîne TV5Monde procède à une déclinaison de ses contenus et continue de se positionner au cœur de la modernité technologique. Ces changements auxquels nous assistons ne sont

toutefois pas sans conséquence sur le plan politique et culturel de l'Afrique. Ces dernières années par exemple, le paysage économique du secteur des médias a connu des bouleversements importants et les mutations technologiques ont accentué l'aspect industriel des produits médiatiques.

Cette situation a fait ressurgir l'importance du financement des médias et leur interaction croissante avec des secteurs clés de l'économie qui intéressent désormais des acteurs politiques et économiques. Compte tenu de l'importance de ces nouveaux enjeux socio-politiques, ces nouveaux acteurs sont prêts à s'engager dans une compétition mondiale. Il convient toutefois de regretter le fait que cette compétition n'est réglementée par aucune instance démocratique. De plus, cette compétition transcende les limites nationales du pouvoir politique.

Toutes ces caractéristiques font émerger un environnement informationnel qui suscite une guerre idéologique entre certains acteurs du cyberespace. Dorénavant, le façonnage de cet environnement informationnel est devenu une nécessité stratégique pour tout belligérant et le potentiel des médias est mis à contribution dans cette quête. En effet, si la guerre se concevait par le passé dans des milieux aux caractéristiques physiques, ce constat est à présent révolu.

A l'ère d'Internet et des réseaux sociaux, un conflit peut s'exprimer désormais dans un environnement informationnel qui se construit en permanence. Il s'agit d'un nouvel espace de bataille dans lequel les perceptions, les manipulations, les messages deviennent essentiels pour le rendre perméable aux actions d'influence. Dans un tel contexte, il

faut craindre dorénavant une recrudescence des antagonismes dans le champs médiatique africain comme ce fut le cas contre TV5 en 1995. Ce travail a permis en premier lieu de confirmer le caractère massif de la consommation de produits audiovisuels par les populations africaines qui continuent de s'approprier les technologies de l'information et de la communication.

Il a également mis en évidence l'irrésistible ascension de la télévision, qui occupe toujours une place centrale dans le paysage médiatique des sociétés africaines contemporaines. Compte tenu du fait que la télévision est alimentée en programmes divers et multiples capables de franchir les barrières linguistiques et culturelles, le but de cet article dans un premier temps est de mettre en évidence la concurrence que se livrent certaines firmes médiatiques en Afrique. Dans un second temps, cette démarche entend mettre en lumière les problématiques qui y affèrent au moment où, la fusion de la télévision avec Internet est entrain de se réaliser sur le continent Africain.

Bibliographie:

ALLEN T.S., and MOORE A.J., *Victory without Casualties: Russia's Information Operations*. Parameters. U.S. Army War College Publications, vol. 48, N° 1, 2018.

BEUSCART J. S., BEAUVISAGE T. et MAILLARD S., 2012, *La fin de la télévision ? Recomposition et synchronisation des audiences de la télévision de rattrapage*. Réseaux, n° 175, 2012.

BOURGAULT L., *Mass Media in Sub-Saharan Africa*. Bloomington, Indiana University Press, 1995.

CASTELLS, M., *The information age: Economy, society and culture*. Volume 1: The rise of the network society. Oxford, England: Wiley Blackwell, 2010.

CHEKINOV S.G., and BOGDANOV S.A., *Voennoe Iskustvo na Nachal'nom Etape XXI Stoletiya: Problemy i Suzhdeniya. Voennaya Mysl*, N°. 1, 2015

CHEKINOV S.G., and BOGDANOV S.A., *Prognozirovanie kharaktera i sodержaniya voyn budushchego: problemy i suzhdeniya.Voennaya Mysl*, No. 10, 2015.

DOYLE G., *Understanding Media Economics*. London,Sage. 2002.

DUNNING J .H., Trade, *Location of Economic Activity and the Multinational Enterprise: A search for an Eclectic Approach. in Dunning J.H.(ed), Explaining International Production*, Londres, Unwin Hyman, 1998.

FUGLESANG M., *Veils and Videos, Female Youth Culture on the Kenyan Coast*. Stockholm, Stockholm University Department of Social Anthropology, 1994.

GAREEV M and SLIPCHENKO V., *Budushchaya Voyna*. Moscow: Polit.ru OGI. 2005.

GILES K., *Information Troops, a Russian Cyber Command?* Oxford, U.K.: Conflict Studies Research Centre, 2011 .

GILES K., *Handbook of Russian Information Warfare*. Rome: NATO Defense College, 2011.

HAYES J., (dir.), *Nigerian Video Films*. Athens, Ohio University Center for International Studies, 2000.

HADDAD S., *Le piratage de TV5 Monde ou l'affirmation d'un discours anticyberterroriste*. Dynamiques internationales, 2008.

HAFEZ K., *The myth of media globalization*. Malden, MA: Polity Press, 2007.

HYMER S.H., *The international Operations of national firms : a Study of Direct Foreign Investment* . Cambridge, MA: MIT Press, 1976.

KINDLEBERGER, C. P., *American Business Abroad: Six Lectures on Direct Investment*. New Haven, Connecticut , Yale University, 1969.

LIMONIER K., *Diffusion de l'information russe en Afrique* . *Note de recherche*, N° 66, Essai de cartographie générale, 2018.

LIMONIER K., & VERGERON N., *L'écho médiatique russe en Afrique: Entre influence et sensationnalisme*. *Diplomatie* , N° 108, 2021.

LUCAS E. and POMERANTSVEV P., *Winning the Information War: Techniques and Counterstrategies to Russian Propaganda in Central and Eastern Europe*. CEPA, Washington DC: Information Warfare Project in Partnership with the Legatum Institute, 2017.

MEYER B., *Visions of Blood, Sex and Money : Fantasy Spaces in Popular Ghanian Cinema*. *Visual Anthropology*, N° 1, 2003

MISSIKA J. L. et WOLTON D., *La folle du logis, La télévision dans les sociétés démocratiques*. Gallimard, Paris 1983.

MOEGLIN P. et TREMBLAY G., *L'avenir de la télévision généraliste*. L'Harmattan, Paris 2005.

NOCETTI J., 2015, Guerre de l'information : *le web russe dans le conflit en Ukraine* , *Conseil Supérieur de la Formation et de la Recherches Stratégiques. Russie, Nei, Reports* , N° 20, 2015.

PASOLINI P., *Contre la télévision et autres textes sur la politique et la société*. Traduit de l'italien par C. Michel et H. Joubert-Laurencin, Les Solitaires Intempestifs, Besançon, France, 2003.

SAUVAGE M. et VEYRAT-MASSON I., *Histoire de la télévision française de 1935 à nos jours*. Nouveau Monde, Paris, 2012.

SARAGOSSE, M., TV5MONDE, *ce n'est pas seulement une chaîne de TV, c'est tout un projet culturel* . *Géoéconomie*, vol. 55, N° 4, 2010.

SCHULZ D., *Music Videos and the Effeminate Vices of Urban Culture in Mali*.Africa: *Journal of the International African Institute*, vol. 71, N° 3, 2001.

SERDAROGLU O., TV5 : *quand le Nord et le Sud se rencontrent en français: On n'habite pas un pays, on habite une langue*. Hermès, *La Revue*, vol. 30, N° 2, 2001.

SUKHANKIN S., *The Western Alliance in the face of the Russian disinformation machine : Where does Canada stand* . The School of Public Policy Publications , University of Calgary . SPP Research Paper, Volume 12, 2019.

THOMAS T. L., *Russian Information Warfare Theory: The Consequences of August 2008, The Russian Military Today and*

Tomorrow: *Essays in Memory of Mary Fitzgerald*. Stephen J. Blank and Richard Weitz, eds. Carlisle PA: Strategic Studies Institute 2010.

TUDESQ A.J., **Les médias en Afrique**, Éditions Ellipses. Paris, 1999.

VITTIN, T., *L'impact des radios internationales en Afrique noire, The impact of international radios in Sub-Saharan Africa*. In T. 2 Mattelart (Ed.), **La mondialisation des médias contre la censure**, Editions De Boeck Université Brussels, Belgium 2002.

WENDL T., **Entangled Traditions. Photography and the History of Media in Southern Ghana**. Res : Anthropology and Aesthetics, N°39, 2001

ZOLLNER O., **A quest for dialogue in international broadcasting: Germany's public diplomacy targeting Arab audiences**. Global Media and Communication, 2006.