

La liberté de la presse et la Chine : péril intérieur, soft power extérieur

Description

[La liberté de la presse, une inconnue en Chine](#)

[Des médias occidentaux utilisés par la propagande chinoise](#)

[La Chine experte en guerre médiatique](#)

En Chine, intimidations et répression contre les journalistes se sont intensifiées depuis une quinzaine d'années. Les médias sont au service du Parti communiste chinois (PCC). Journalistes et chercheurs étrangers y sont censurés. Ce qui n'empêche pas le régime chinois de profiter de la liberté de la presse ailleurs dans le monde, dans les démocraties et les États de droit, afin de mener ses campagnes de désinformation et de donner une image positive de son économie, de sa culture et de son régime politique. La crise hongkongaise actuelle confirme cette dichotomie de la vision de la liberté de la presse par le pouvoir chinois : un danger intérieur dont il faut se garder et un facteur de puissance extérieur, dont il s'agit de profiter.

L'ambitieux projet de «contrôle social» du PCC passe par les médias et, plus généralement, par les technologies numériques et l'intelligence artificielle. Alors qu'un relatif vent de libéralisme avait soufflé sur Pékin il y a quinze ans, tout a changé avec la rédaction du «Document 9» en juillet 2012. Divulgué par le journaliste chinois Gao Yu, aujourd'hui assigné à résidence et condamné à sept ans de prison, ce manifeste intitulé «Communiqué sur l'état actuel de la sphère idéologique» est destiné aux cadres du parti. Il prohibe expressément les analyses et les opinions contraires à la ligne du PCC, ce qui confirme l'interdiction de toute opposition, y compris médiatique. Dès lors, la répression contre les journalistes et autres blogueurs insoumis s'est intensifiée. Pour créer un média en Chine, il faut obtenir une licence et accepter le contrôle d'une administration de tutelle très intrusive et exigeante. Un tel régime d'autorisation préalable, qui peut se rapprocher d'un régime d'interdiction, est le signe distinctif de tout régime autoritaire.

« IL FAUT CRÉER UN NOUVEL ORDRE MONDIAL DES MÉDIAS. SINON LA PLACE SERA PRISE PAR D'AUTRES » Li Congjun, de l'agence de presse officielle Xinhua

Plus encore, s'agit-il d'une entreprise de manipulation de l'information au-delà des frontières, qui a profité en quelque sorte des libertés publiques consacrées par les régimes démocratiques. Les médias occidentaux seraient hostiles, selon Pökin, car ils défendent une idéologie ennemie et dangereuse. L'enjeu, pour le pouvoir chinois, est d'infiltrer ces médias pour tenter de les réorienter, ou bien d'en créer de nouveaux afin de les concurrencer. «*Il faut créer un nouvel ordre mondial des médias. Sinon la place sera prise par d'autres, ce qui posera un défi à notre rôle dominant dans la conduite de l'opinion publique*», expliquait, en 2013, Li Congjun, alors responsable de l'agence de presse officielle Xinhua et membre du comité central du PCC, cité par *Le Monde*.

La liberté de la presse, une inconnue en Chine

La presse chinoise n'a pas le droit à la critique, ni même au débat. Pire : elle ne saurait publier certaines informations pourtant d'intérêt général. Dans le «*Document 9*», la liberté de la presse est ainsi classée parmi les «*sept piliers occidentaux*», comme les droits de l'homme et l'indépendance de la justice. Dans le même ordre d'idée, les services internet américains tels que Google, Facebook ou Twitter sont bloqués tandis que leurs *alter ego* locaux sont étroitement surveillés. De même les sites web du *New York Times* et de la BBC sont inaccessibles. Chaque jour, les autorités empêchent les rédactions de presse de traiter certains sujets ou, au contraire, leur imposent de diffuser certains messages afin de «*protéger l'autorité et l'unité du parti*», ce qui, en Chine, signifie «*protéger l'autorité et l'unité de l'État*».

«*DANS LE « DOCUMENT 9 », LA LIBERTÉ DE LA PRESSE EST AINSI CLASSÉE PARMIS LES « SEPT PILIERS OCCIDENTAUX »*»

Les pressions sur les journalistes tournent à l'oppression. Journaliste exilé en Allemagne, Chang Ping a condamné publiquement l'arrestation de son confrère Jia Jia en Chine, sa famille a été arrêtée et a dû le supplier «*d'arrêter de critiquer le parti*». Autre témoignage récent : Victor Mallet, chef du bureau du *Financial Times* à Hong Kong, a été expulsé après avoir invité un militant indépendant à un débat. En Afrique du Sud, un journaliste a été licencié pour avoir dénoncé la politique de répression des Ouïgours dans un titre de presse contraindre à 20 % par des investisseurs chinois.

En février 2016, Xi Jinping a rappelé leurs devoirs aux principaux médias publics chinois (l'agence Chine nouvelle, *Le Quotidien du Peuple* et le groupe audiovisuel CCTV) : suivre le «*leadership du parti*» et se concentrer sur des «*reportages positifs*». Une nouvelle

À la fin de la semaine matricielle et idéologique de la presse devait être franchie en octobre 2019, avec l'obligation imposée aux journalistes de passer un examen en ligne permettant de vérifier leur fidélité au Parti communiste et à son secrétaire général, afin de pouvoir continuer à exercer leur métier. La carte de presse ne peut être renouvelée qu'en cas de succès à cet «*examen de loyauté*», qui comprend cinq sections, entre autres deux sur la «*pensée de Xi Jinping*» et une sur le marxisme. Pour ce faire, les journalistes doivent utiliser l'application mobile Xuexi Qiangguo «*ce qui signifie «Attitude pour rendre la Chine forte*». Cet outil de propagande est constitué d'articles, de vidéos et autres contenus défendant «*la philosophie politique*» officielle chinoise.

**« NOS CONDITIONS DE REPORTAGE EN CHINE SONT LES PIRES JAMAIS
CONNUES DANS L'HISTOIRE RÉCENTE DE CE PAYS »**
Le Club des correspondants
étrangers de Pékin

En Chine, le critère du «*bon journaliste*» n'est donc pas l'objectivité, la capacité à prendre des précautions ou à croiser les informations, la fidélité par rapport aux faits ou l'absence de préjugés, mais la capacité à «*penser bien*», c'est-à-dire à avoir et à diffuser des idées en adéquation avec l'idéologie d'État. Et les technologies numériques permettent la permanence de cet ajustement.

Dans ces conditions, il est guère étonnant que la République populaire de Chine soit 178^e sur 180 dans le classement 2019 de Reporters sans frontières sur la liberté de la presse : seuls l'Australie, la Corée du Nord et le Turkménistan font pire. Dans son rapport, l'ONG décrit des conditions de travail des journalistes chinois de plus en plus difficiles : «*suivi idéologique des membres des rédactions*», invitation à «*des reportages positifs*», obligation de remettre son passeport aux autorités et donc de le demander pour pouvoir sortir du pays, autocensure des débats en ligne, recul de la liberté d'expression à Hong Kong malgré son statut spécial.

Quant au rapport sur la liberté des médias étrangers, publié par le Club des correspondants étrangers de Pékin, il constate un contrôle technologique et humain des médias toujours plus poussé. Dès la première phrase du rapport, le constat est clair : «*Nos conditions de reportage en Chine sont les pires jamais connues dans l'histoire récente de ce pays*». Les déplacements, les conversations et même la vie privée des correspondants étrangers sont surveillés en permanence.

Des médias occidentaux utilisés par la propagande chinoise

Pour l'exercice de son *soft power* «*capacité d'un acteur politique de la scène internationale d'influencer un autre ou sa population à travers des moyens non coercitifs, soit culturels ou idéologiques*», la Chine investit massivement dans une «*CNN chinoise*», à destination

notamment du continent africain. Le Parti communiste chinois profite sans coup fêter de la liberté de la presse qui règne dans les démocraties occidentales : il l'analyse d'ailleurs comme une «*faible*» et une «*faiblesse structurelle*». L'absence de contrôle ou de surveillance étatique des médias et de l'information est exploitée afin de diffuser une idéologie pro-chinoise ou du moins une image positive du pays.

LA PRESSE TRANSGÈRE EST UNE CIBLE DE CHOIX POUR LE SOFT POWER CHINOIS

C'est ainsi que Xi Jinping a organisé le «*Front uni*», structure qui, depuis 1942, a pour rôle d'infiltrer les milieux intellectuels des autres puissances : plus de 40 000 agents servent l'institution. Leur rôle est d'observer et de rapporter l'image véhiculée par la Chine à l'étranger. Ils doivent de plus contrer les critiques concernant les atteintes aux droits de l'homme et aux libertés fondamentales. Un budget important est consacré par Pékin à la diffusion de sa culture et à la sinisation du monde, équivalent chinois de l'américanisation de la seconde moitié du XX^e siècle, même si elle n'atteint pas jusqu'à présent la même efficacité, notamment en Europe. La Chine multiplie les offres de voyages de presse ou de formations en communication.

La presse transgère est une cible de choix pour le *soft power* chinois. La crise économique due à la baisse de leurs recettes de vente et de publicité fragilise considérablement les journaux d'information. Ils ne restent par conséquent pas insensibles aux offres commerciales du gouvernement chinois. C'est ainsi que, lors de l'arrivée de Xi Jinping à Nice, en mars 2019, *Le Parisien*, *Les Échos*, *Le Monde* et *Le Figaro* ont accepté d'être dité des «*publicités*» pro-chinoises, en occurrence des succédanés d'articles, avec textes et photos fournis par l'agence de presse officielle Chine Nouvelle (Xinhua), contre monnaie sonnante et trébuchante. Dans le même temps, le média total Radio Chine International (RCI) s'est fait une place sur les ondes de dizaines de radios et de télévisions étrangères, dont une trentaine aux États-Unis. En France, toujours dans un strict intérêt pécuniaire, BFM Business diffuse désormais tous les soirs, à 23 h 50, *Chine éco*, une courte émission d'actualité par un sujet fourni par RCI, insistant sur les points forts et le dynamisme de l'économie chinoise. Facebook se fait également le relais efficace de l'agence de presse Xinhua par le biais des informations «*suggérées*» dans le fil d'actualité des utilisateurs.

DE TELS SUPPLÉMENTS VISANT À ÉRAPANDRE L'IDÉOLOGIE CHINOISE SONT PAYÉS AU PRIX FORT PAR PÉKIN. UNE TRENTAINE DE

 JOURNAUX INFLUENTS PARTOUT DANS LE MONDE OBTEMPÉRÉ

Récemment, lors des manifestations à Hong Kong, l'appel à l'aide des manifestants, « Soutenez Hong Kong ! », s'affichait dans les journaux anglais, suédois, allemands ou canadiens. Pour les habitants de l'ancienne colonie britannique, qui luttent afin de préserver les droits dont ils bénéficient à la suite des accords de rétrocession de Hong Kong à la Chine en 1997, ne pas laisser triompher la propagande du Parti communiste chinois est un enjeu décisif. Ainsi, le 9 juin 2019, après qu'un million de personnes ont défilé pour demander le retrait d'un projet de loi d'extradition vers la Chine continentale, le *China Daily*, organe de la presse nationale, titrait, quant à lui, en anglais : « 800 000 personnes disent « oui » à la loi ». Plus tard, alors que deux millions de Hongkongais manifestaient pour réclamer la démission de la chef de l'exécutif hongkongais, Carrie Lam, *China Daily* écrivait encore : « Les Hongkongais marchent contre l'ingérence américaine ». Malgré un tel travestissement, *Le Figaro* a accepté d'insérer dans ses pages le supplément *China Watch* fourni clos en main par le même *China Daily*, à la gloire de la Chine et de son président Xi Jinping.

De tels suppléments visant à semer la confusion et à répandre l'idéologie chinoise sont payés au prix fort par Pékin. Une trentaine de journaux influents partout dans le monde obtempèrent, notamment le *New York Times* et le *Daily Telegraph*. La propagande chinoise parviendrait à toucher quelque 13 millions de lecteurs, principalement en Europe et en États-Unis. Une publication mensuelle à la gloire de la Chine rapporterait 860 000 euros par an au *Daily Telegraph*, indique le *Guardian*.

La Chine exploite de cette façon pleinement la liberté de la presse occidentale, sinon les difficultés d'un secteur en manque de financements, pour accroître son influence sur ce « quatrième pouvoir », encore plus puissant à l'ère des *fake news* et de la « malinformation ». L'objectif est de séduire les opinions publiques afin que toute attaque contre la Chine, de la part d'un gouvernement, d'un intellectuel ou d'un organe de presse, apparaisse illégitime et soit donc discréditée. Les médias, que Mao Zedong appelait d'« arme magique » et que Xi Jinping entend utiliser afin de « raconter des histoires au monde », sont une arme de plus en plus destructrice dont les régimes autoritaires, de la Russie à la Chine, se servent allègrement, au détriment des démocraties occidentales, profitant de la liberté de la presse, ainsi que des droits et libertés fondamentaux que ces dernières respectent.

La Chine experte en guerre médiatique

L'agence de presse Xinhua mène une politique commerciale particulièrement agressive. Elle commercialise une information discount, des packages de cinquante d'opâches, trois vidéos et cinq photos, pour environ 1 800 euros. Ces offres sont séduisantes pour des médias, notamment dans les pays en développement, qui n'ont pas les moyens de s'abonner à une agence de presse internationale ou de constituer une rédaction suffisamment importante. Xinhua propose

ses contenus en dix-huit langues, contre six pour l'AFP (Agence France-Presse). Tout comme la Télévision centrale de Chine ou CCTV (China Central Television), elle embauche, au prix fort, des journalistes occidentaux afin d'améliorer tant la qualité de ses traductions que l'apparence professionnelle de son travail. Il n'en reste pas moins que l'information de l'agence de presse Xinhua est biaisée, ou même erronée, dès que la Chine est concernée.

LES POSTS DES CYBER-GUERRIERS QUI, DEPUIS LA CHINE, VIA UN RÉSEAU VIRTUEL PRIVÉ, CONDUISENT DES ATTAQUES COORDONNÉES ET MASSIVES

En outre, à l'instar de la Russie avec ses « fermes trolls » ([voir La rem n°49, p.75](#)), le pouvoir chinois n'hésite pas à fabriquer de fausses informations afin d'affaiblir l'adversaire, jouant sur les peurs et les passions des populations.

Une autre déclinaison de cette guerre de l'information s'illustre à l'occasion des manifestations à Hong Kong tandis que le discours de l'état chinois à propos des manifestants devient de plus en plus musclé par la présence de cyber-guerriers chinois massivement mobilisés pour défendre leur pays sur les forums et réseaux sociaux. Leur activité consiste notamment à submerger de leur discours pro-Chine la section « Commentaires » des sites web. Bloqués en Chine par la « grande muraille numérique », les plateformes sur lesquelles se déroulent les batailles mondiales d'opinion, comme Twitter ou Facebook, se retrouvent paradoxalement envahies par les posts des cyber-guerriers qui, depuis la Chine, via un réseau virtuel privé (VPN), conduisent des attaques coordonnées et massives aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France et ailleurs.

En 2016, des notes internes avaient révélé que le gouvernement chinois s'inquiétait de l'usage croissant des VPN et avait ordonné aux médias de cesser d'écrire à leur sujet. L'usage des VPN est considéré comme un danger tant qu'il est aux mains de dissidents ou de journalistes insoumis, alors qu'il devient une opportunité technologique à exploiter pour répandre la pensée chinoise sur les sites étrangers.

Le *soft power* et la guerre médiatique de la Chine reposent sur les BATX, sigle désignant Baidu (le Google chinois), Alibaba (l'Amazon chinois), Tencent (le Facebook chinois) et Xiaomi (l'Apple ou le Microsoft chinois), ces mastodontes de l'économie numérique qui tentent et ne sont pas loin d'y parvenir de rattraper les Gafam américains et de prendre le leadership dans le domaine de l'intelligence artificielle (IA), cette dernière étant la bataille économique et culturelle que se livrent les États-Unis et la Chine ce que la conquête de l'espace fut à la guerre froide.

Sources :

- « De Pékin à Phnom Penh, la presse à bout de souffle », Florian Delorme, franceculture.fr, 20

décembre 2018.

- « Le Big Brother chinois traque les journalistes étrangers », Dorian Malovic, la-croix.com, 29 janvier 2019.
- « Comment la Chine manipule l'information dans le monde », François Clemenceau, lejdd.fr, 24 mars 2019.
- « La liberté de la presse prise au piège des nouvelles routes de la soie de la Chine », Frédéric Lemaître, lemonde.fr, 9 mai 2019.
- « Propagande : comment la Chine s'infiltrerait à l'Ouest », Laurence Defranoux, *Libération*, 10 juillet 2019.
- « Le pouvoir chinois veut tester la fidélité des journalistes des médias d'État », Frédéric Lemaître, lemonde.fr, 21 septembre 2019.
- « Les journalistes chinois obligés d'apprendre la pensée Xi », lesechos.fr, Jacques Hubert-Rodier, 23 septembre 2019.
- « Hong Kong et K-pop : comment les groupes chinois font le jeu de Pékino », Lauren Teixeira, Foreign Policy, in *Courrier international*, n° 1507, 19-25 septembre 2019.

Categorie

1. Articles & chroniques

date créée

7 janvier 2020

Auteur

borisbarraud