

## Comment la Chine impose sa propagande sur les réseaux sociaux en France

La page Facebook de la chaîne étatique CGTN compte plus de « like » que tous les autres médias francophones, une probable manipulation qui illustre la volonté de Pékin de promouvoir sa vision.

Par Harold Thibault et Damien Leloup

Publié le 28 juillet 2020 à 02h43 - Mis à jour le 28 juillet 2020 à 15h39 • Lecture 7 min.

Article réservé aux abonnés



Extrait de l'émission « Ondes sur Seine » de CGTN en français, consacrée à la culture. CGTN

Quel est le média francophone le plus populaire sur Facebook ? Ce n'est ni *Le Monde* (4,6 millions de « like »), ni *Le Figaro* (3,2 millions), pas plus que France Inter (1,4 million), ni même France 24 et son audience internationale (9,8 millions). Il s'agit de CGTN Français, qui, avec plus de 20 millions de « like », écrase largement tous les autres médias, au point d'être la quatrième page francophone la plus « likée » au monde, d'après les chiffres du site spécialisé Socialbakers.

Le nom ne vous dit rien ? C'est normal. CGTN, qui s'appelait CCTV jusqu'en 2016, est une chaîne de télévision très peu regardée en France – son audience n'est même pas mesurée dans les classements Médiamétrie. Elle dispose pourtant de moyens colossaux, puisque c'est la chaîne internationale d'Etat de la Chine, qui diffuse aussi bien des reportages sur sa culture que des communiqués dénonçant l'ingérence occidentale dans la politique chinoise.

L'analyse des contenus publiés sur sa page Facebook montre que les vidéos y sont très peu vues – un millier de visionnages en moyenne – et que ses messages y accumulent très peu de commentaires, signes que son audience réelle est faible.

### Chiffre peu cohérent

La chaîne, qui n'a pas donné suite aux sollicitations du *Monde*, a-t-elle eu recours à des manipulations pour augmenter artificiellement son nombre de « like » ? La possible manipulation illustre la volonté de Pékin de promouvoir sa vision de par le monde. Sur YouTube, elle ne compte qu'un peu plus de 100 000 abonnés, un chiffre peu cohérent avec son nombre d'abonnés sur Facebook. A titre de comparaison, la version francophone de la chaîne russe RT (ex-Russia Today), qui joue habilement des codes des réseaux sociaux et dont les émissions connaissent une certaine popularité au sein des sympathisants des « gilets jaunes » comme dans une partie de l'extrême droite française, ne réunit « que » 1,1 million de « like » sur Facebook, mais recueille régulièrement plusieurs centaines de commentaires sur ses publications.

La plupart des messages publiés par CGTN sur Facebook se prêtent, il est vrai, peu aux commentaires : hormis quelques photographies animales, valeurs sûres des réseaux sociaux, la chaîne publie surtout des posts présentant l'intelligence artificielle comme le « *nouvel élan du développement économique chinois* » ou paraphrasant le dernier communiqué de l'ambassade du ministère des affaires étrangères, à Pékin.

Certains billets vont toutefois bien plus loin, comme ceux faisant l'apologie de la politique menée au Xinjiang, où les ONG des droits de l'homme dénoncent l'internement massif dans des centres d'endoctrinement de la minorité ouïgoure, se fondant sur de multiples témoignages de rescapés et documents officiels. « *Le ridicule, c'est que toutes ces allégations n'ont aucune preuve solide à l'appui, ils ont été successivement dénoncés comme mensonges et preuves concoctées ou falsifiées sur cette question* », lit-on dans une tribune partagée sur la page Facebook, le 17 juillet, assurant que la politique chinoise au Xinjiang « *constitue exactement une garantie des droits de l'homme dans la région* ».

Facebook, dont les différentes applications sont interdites en Chine, explique au *Monde* ne pas avoir constaté d'activité suspecte sur la page de CGTN en Français. « Gonfler » le nombre de « like » d'une page, en ayant recours aux services de « fermes à clics » spécialisées, est, par ailleurs, une pratique qui ne présente qu'un intérêt relatif : elle ne garantit pas de toucher une audience plus grande, et fait mécaniquement baisser le pourcentage d'internautes qui interagissent avec la page – l'un des critères pris en compte par Facebook pour mettre en avant les contenus dans le fil d'actualité. Elle permet, cependant, de se présenter comme un acteur puissant et surtout crédible.

**Lire aussi** | [Twitter supprime 170 000 comptes diffusant des messages favorables à la Chine](#)

### « Taux d'engagement faible »

« *Notre analyse montre que les pages de médias d'Etat chinois connaissent une forte croissance, mais un taux d'engagement beaucoup plus faible que les médias américains*, explique Vanessa Molter, chercheuse à Stanford et coautrice avec la spécialiste de la désinformation Renee DiResta d'une étude sur l'usage des réseaux sociaux par les médias chinois anglophones, publiée le 8 juin. *Cette différence peut s'expliquer par des contenus qui suscitent moins de réactions, par une audience qui est moins active sur Facebook, ou être le signe d'une activité anormale de ces pages. Si ces "like" sont effectivement des faux, leur avantage serait que la plupart des gens considèrent qu'une audience importante est liée à un média légitime. Pour un utilisateur peu averti, plusieurs millions de "like" peuvent donner l'impression qu'une page est particulièrement fiable.* »

Dès 2007, les dirigeants du Parti communiste avaient officialisé leur campagne de promotion d'un *soft power* à la chinoise. Le groupe de télévision étatique national, China Central Television (CCTV), se voit à cette époque doté de moyens colossaux pour développer ses chaînes, préexistantes ou fraîchement lancées, en anglais, français, espagnol, russe ou arabe. Mais ces tentatives peinent à convaincre à l'étranger.

Alors que la Russie théorise en 2013 sa « guerre hybride », qui se joue sur le théâtre conventionnel, mais aussi dans le cyberspace et l'opinion publique du pays ciblé, sur les questions de nature à déstabiliser de l'intérieur les pouvoirs en place, le régime chinois poursuit dans un premier temps un objectif bien plus nombriliste. Il s'agit de promouvoir la culture de l'empire du Milieu, mais surtout de tenter de faire accepter comme légitimes son modèle de parti unique et ses politiques.

### Projection de puissance

Mais l'objectif évolue, aux mains d'un secrétaire du Parti communiste chinois (PCC), Xi Jinping, arrivé au pouvoir en 2012 et qui porte une politique bien plus assumée de projection de puissance. En chemin, le modèle ennemi, la démocratie américaine, perd de son ascendant moral sous l'exercice du mandat de Donald Trump.

C'est alors que survient la crise du Covid-19. Oubliant au passage sa lenteur à donner l'alerte – du fait de la peur qui règne dans les échelons hiérarchiques locaux vis-à-vis de la direction du PCC –, la Chine voit une opportunité de valorisation de son modèle politique, dont sa capacité à contrôler strictement la population et son confinement, en miroir des errements constatés en Europe et, surtout, dans les Etats-Unis de Trump.

Une nouvelle diplomatie bien plus agressive assume l'offensive dans la guerre de l'information, à l'image du porte-parole du ministère des affaires étrangères, Zhao Lijian, qui affirme en mars sur Twitter – réseau social bloqué dans son pays – que l'armée américaine pourrait avoir amené le virus à Wuhan. Ou de l'ambassade de Chine à Paris, hyperactive sur Facebook et Twitter, notamment dans la dénonciation de la presse française – attirant, de fait, davantage d'attention.

**Lire aussi** | [Coronavirus : la France convoque l'ambassadeur de Chine pour lui exprimer son mécontentement](#)

Les campagnes d'influence s'étaient déjà nettement renforcées, notamment en réaction au mouvement prodémocratie à Hongkong. En août 2019, Twitter et Facebook ont annoncé avoir démantelé des opérations d'influence utilisant de faux comptes pour diffuser des messages hostiles aux manifestants hongkongais. Mi-juin, Twitter a de nouveau bloqué un peu plus de 170 000 comptes liés à une opération d'influence de Pékin, qui publiaient « *principalement en chinois et diffusaient des messages favorables au Parti communiste chinois, ainsi que des informations trompeuses sur la*

*situation politique à Hongkong ».*

En juin, un rapport de la Commission européenne blâmait pour la première fois la Chine, au côté de la Russie, pour une « *déferlante* » de « *fake news* » qui s'est abattue durant la crise sanitaire. Bruxelles faisait le constat d'un « *effort coordonné* » des sources d'information officielles chinoises pour rejeter toute responsabilité dans la pandémie et promouvoir sa réponse. Le 4 juin, Facebook a commencé à afficher un avertissement permanent sur les comptes de médias dont « *la ligne éditoriale est contrôlée par un Etat* » ; une mention en ce sens s'affiche désormais sur les pages de CGTN dans toutes les langues.

**Lire aussi** | [Crise à Hongkong : Twitter et Facebook accusent Pékin d'avoir diffusé des infox](#)

## Diffuser les positions de Pékin par le biais de publicités Facebook

CGTN sert aussi de plate-forme pour diffuser les positions de Pékin par le biais de publicités Facebook. « *Début 2020, l'activité [publicitaire] de la chaîne a largement promu les articles liés à la pandémie, notent dans leur étude Vanessa Molter et Renee DiResta. Les types de contenus avancés ont également évolué, passant d'articles présentant sous un jour favorable [la gestion de la pandémie par la Chine] à des présentations particulièrement biaisées, et à l'amplification de théories du complot (...), notamment celles qui présentent les Etats-Unis comme étant à l'origine de la pandémie.* » Les montants investis sont relativement faibles – moins de 50 000 euros depuis janvier 2019, visant essentiellement un public anglophone –, mais permettent de toucher une large audience, avec plus de 80 millions d'affichages sur la même période.

Face à ces vecteurs de propagande, la tentation est forte de répliquer. Le régulateur de l'audiovisuel du Royaume-Uni étudie actuellement l'opportunité de bloquer la diffusion de la chaîne CGTN en anglais, pour avoir diffusé des aveux forcés de prisonniers politiques aux mains de la police chinoise contraires à la charte éthique de l'audiovisuel britannique. En février, l'administration Trump a enregistré les bureaux des médias officiels chinois sous le statut de missions diplomatiques. Mais le jeu est dangereux pour la liberté d'informer : Pékin renchérit et a expulsé le mois suivant tous les journalistes américains du *New York Times*, du *Washington Post* et du *Wall Street Journal* installés sur son territoire – réduisant encore les sources d'information sur la Chine.

**Lire aussi** | [La Chine expulse plusieurs journalistes américains](#)

## Harold Thibault et Damien Leloup

### Services

**CODES PROMOS** avec Global Savings Group

- Boohoo : -50% sur plusieurs catégories
- AliExpress : 5€ offerts dès 10€ d'achats
- Nike : jusqu'à -50% sur les articles en promotion
- Made.com : 50€ offerts dès 500€ d'achats
- Yves Rocher : -50% sur une sélection d'articles
- Red SFR : 15€ de remise sur votre panier
- Europcar : -15% sur votre location de voiture

**Tous les codes promos**