La corruption dans les médias chinois toujours dans l'ombre

Liu Xiaobo

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/perspectiveschinoises/1412>
ISSN : 1996-4609

Éditeur

Centre d'étude français sur la Chine contemporaine

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2004
ISSN : 1021-9013

Référence électronique

Liu Xiaobo, « La corruption dans les médias chinois toujours dans l'ombre », *Perspectives chinoises* [En ligne], 83 | Mai-juin 2004, mis en ligne le 01 mai 2007, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/perspectiveschinoises/1412>

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

© Tous droits réservés

La corruption dans les médias chinois toujours dans l'ombre

Liu Xiaobo

NOTE DE L'ÉDITEUR

Article paru dans le mensuel *Kaifang zazhi* (Open), Hong Kong, janvier 2004, pp. 45-48.

Traduit du chinois par Patricia Batto

On retrouvera le propos de Patricia Batto, paru en encart dans l'article de la version papier, reproduit en chronique dans la présente édition.

- 1 En Chine, le monopole du pouvoir détenu par un parti unique a engendré une corruption généralisée. Les médias n'échappent pas à cette gangrène, comme tant d'autres domaines où la corruption règne depuis longtemps et continue à gagner du terrain. La corruption dans les médias ne se limite pas à l'utilisation de l'autorité publique pour satisfaire sa cupidité ou extorquer des pots-de-vin, elle se manifeste également dans la prolifération de la publicité rédactionnelle et de nouvelles forgées de toutes pièces, et surtout dans la dissimulation intentionnelle par les médias de la corruption en leur sein. Aussi, ce n'est que ces deux dernières années que le thème de la corruption dans les médias – pourtant connue de tous – a émergé telle la partie visible d'un iceberg dans les organes d'information d'Etat. Entre autres exemples, citons l'affaire Li Yuanjiang, ancien membre du comité permanent du Parti de Canton, chef du département de la propagande et directeur du quotidien *Guangzhou ribao*¹ ; le scandale des pots-de-vin touchés par des journalistes de l'agence Xinhua pour dissimuler les faits réels à la demande d'autorités locales² ; ou encore l'affaire Zhao An, animateur-vedette de la Télévision chinoise centrale (CCTV)³.

La banalisation du « publrédactionnel »

- 2 Le devoir des médias est de recueillir et de diffuser des informations dignes de foi. La crédibilité des médias dépend de leur objectivité, de leur impartialité et de leur équité. Les informations fournies doivent être réelles et exactes. Pour les journalistes, assister à

des conférences de presse et écrire des articles sont des devoirs de base. En dehors de la rémunération versée par l'employeur, les journalistes et les médias ne doivent en aucun cas toucher de rétribution de l'interlocuteur objet d'interview, de reportage ou de commentaire. À partir du moment où les relations entre un journaliste et son interlocuteur sortent du domaine journalistique pour se transformer en relations vénales, l'objectivité, l'exactitude et l'impartialité de l'information partent à vau-l'eau. Les médias chargés de fournir des informations dans l'intérêt public se transforment alors en outils au service d'intérêts particuliers. La satisfaction des intérêts personnels des employés des médias porte gravement préjudice à la société : si les médias ne fournissent pas au public des informations exactes, véridiques et objectives, la société est comme égarée dans les ténèbres ou dans le brouillard.

- 3 Or, en Chine continentale, les relations entre les médias et les journalistes, et leurs interlocuteurs, sont exactement à l'opposé de ce qu'elles devraient être. Alors que les trafics dans les coulisses se sont érigés en système, le publiprédactionnel⁴, quasi officiellement approuvé, a envahi les médias. Mises à part les informations concernant des sujets politiques sensibles, toutes les autres, sans exception, peuvent faire l'objet de transactions.

Les « frais de déplacement »

- 4 Il existe un lien étroit entre l'évolution du publiprédactionnel et le développement de la corruption à l'échelle de tout le système. Au début des années 1990, les médias fonctionnaient encore comme des unités de type bureaucratique (*shiye danwei*) financées par leur tutelle. Dans ces unités, en dehors du salaire et des primes, les frais de reportages étaient extrêmement limités. Quand les journalistes se déplaçaient pour les besoins de leur travail, leur unité de travail ne leur remboursait ni frais de transports, ni frais de repas. Aussi ces derniers avaient-ils pris l'habitude de les demander aux unités de travail dans lesquelles ils se rendaient. Celles-ci, désireuses d'être mentionnées dans les médias, remboursaient aux journalistes leurs frais de transports, soit de plein gré soit par la force des choses. C'est ainsi que sont apparus les reportages réalisés en échange de frais de repas ou de frais de transports. Les journalistes, pour les nouvelles diffusées, touchaient des « frais de repas » et des « frais de transports ». Peu à peu, les deux parties ont trouvé qu'il était plus simple de verser directement une somme d'argent liquide. Alors que la corruption se généralisait dans l'ensemble de la société, le publiprédactionnel est devenu la norme. Toutes les entreprises qui organisent des conférences de presse ou les unités de travail qui font des communiqués paient des « frais de déplacement » ; dans le monde des médias, c'est un secret de Polichinelle.
- 5 Certains professionnels des médias vont même jusqu'à dire que les journalistes de Chine continentale travaillent comme « les entraîneuses dans les boîtes de nuit ». Si l'on veut la compagnie d'une demoiselle, il faut la payer ; de la même manière, si l'on veut qu'un journaliste se déplace, il faut le payer. Le tarif d'un journaliste est fonction de sa renommée. Les journalistes célèbres, comme les stars du spectacle, sont naturellement plus chers que les journalistes ordinaires. Le tarif dépend aussi du rang hiérarchique : le « défraiement » d'un journaliste est directement proportionnel à son rang dans le média qui l'emploie. Toutes les administrations ont des règles pour traiter de manière appropriée, en fonction de leur importance, les différents médias. Un journaliste d'un média d'envergure nationale est évidemment mieux traité que celui d'un média provincial.

- 6 Un journaliste touche d'habitude un minimum de 100 yuans pour se déplacer. En général, il y a des paliers, à 200, 300, 500 et 800 yuans ; le montant dépend de l'importance de l'entreprise hôte. Il y a aussi des articles qui font l'objet de commandes spéciales ; ce genre d'article se paie communément entre un millier et plusieurs milliers de yuans. Certains patrons d'entreprises privées paient encore mieux, tout comme certaines grandes entreprises d'Etat en catimini. Payer plusieurs milliers de yuans un article d'un millier de caractères est chose courante. Un de mes amis qui travaille dans une compagnie d'assurances a organisé un jour une conférence de presse. Il débutait alors, manquait d'expérience, et n'a donné à chaque journaliste que 50 yuans. Résultat : pas un seul article n'est paru.
 - 7 À l'heure actuelle, pour encore plus de commodité, les journalistes n'ont même plus besoin d'écrire les articles. Ce sont les organisateurs des conférences de presse qui s'en chargent : ils fournissent plusieurs versions « clés en main » des textes. Les journalistes et les médias choisissent la version qui leur convient le mieux pour publication.
 - 8 Parallèlement, les journalistes forment de petits cercles visant à partager certains avantages entre tous les membres. Ainsi, s'il se tient une conférence de presse bien rémunérée, l'ensemble des journalistes du cercle y est convié. Les journalistes se déplacent toujours en compagnie de quelques collègues de leurs amis. Pour participer à une conférence de presse ordinaire, les journalistes touchent généralement de 500 à 800 yuans. Pour une conférence de presse organisée lors du lancement d'un nouveau produit, de 1000 à 2000 yuans.
- L'opulence des journalistes chinois suscite l'envie de leurs collègues occidentaux
- 9 Les chefs d'entreprise soucieux de faire connaître leurs produits sont loin d'être les seuls amateurs de publiprédactionnel. En sont encore plus friands les administrations et les fonctionnaires (particulièrement ceux de niveau local) qui veulent créer l'événement autour de leurs réalisations politiques. Si les médias chantent les louanges des innombrables chantiers qui fleurissent à travers tout le pays, c'est parce que le monopole de l'information a fait des journalistes une des castes privilégiées de Chine. Partout, on espère des journalistes un compte-rendu favorable, et on redoute un compte-rendu négatif. Les envoyés spéciaux sont particulièrement redoutés. Pour ne pas risquer de compromettre sa carrière, il faut traiter les journalistes en hôtes de marque. Plus un endroit est pauvre et sous-développé, plus il faut se faire connaître, plus les fonctionnaires ont besoin de se prévaloir de réalisations politiques, et bien sûr plus les journalistes sont vénérés. Leur outrecuidance ne connaît alors plus de bornes.
 - 10 Certains journalistes étrangers en poste à Pékin soupirent : les journalistes des grands médias chinois sont vraiment des privilégiés ; quand ils partent en reportage, ils n'ont pas besoin de se donner la peine d'écrire des articles, ils logent dans des hôtels de luxe, toute la journée ils sont les invités des fonctionnaires au restaurant et ailleurs, et à leur départ on leur offre encore de l'argent ou autres « dédommagements ». Si le passage du pays à l'économie de marché a fait émerger un groupe de nantis sur lesquels les journalistes s'appuient, le système bureaucratique a incontestablement lié étroitement les journalistes aux hauts fonctionnaires. Les journalistes rentrés dans les bonnes grâces de hauts fonctionnaires locaux, jettent aux orties l'éthique professionnelle la plus élémentaire et perdent tout sens moral. Ils se transforment en cache-misère du pouvoir politique et en chanteurs de louanges.

- 11 Ci-dessous figure un aperçu des tarifs pratiqués dans les médias pour un compte-rendu élogieux sur un responsable politique, d'après des sources internes à la profession.

Tarifs de la publicité rédactionnelle dans certains médias nationaux (en yuans)

- 12 **Graphique**

* Les médias chinois produisent énormément de publications internes réservées aux cadres d'un certain niveau. Ces publications ont une grande influence sur les dirigeants. Voir Wang Heyuan, « À quoi servent les publications internes de l'Agence Xinhua ? », *Perspectives chinoises*, n° 5/6, juillet-août 1992, pp. 10-16.

Source : Données compilées par l'auteur.

- 13 À l'heure actuelle, les journalistes de Chine continentale sont riches à un point tel que même les journalistes occidentaux en poste à Pékin ne peuvent s'empêcher de les envier. Dans le quartier des logements de fonction de la Télévision chinoise centrale, partout sont garées des voitures particulières. Et pas seulement de banales Volkswagen Jetta ou des Santana 2000, mais aussi des voitures haut de gamme comme des Toyota, des Buick et des Audi. Beaucoup ont également acheté des villas à l'extérieur de la ville, ou acquis des terres agricoles pour se faire construire des maisons de campagne. Un tel niveau de vie ne s'explique pas par les « indemnités de déplacement » des journalistes, mais par leurs activités de courtisans auprès des gens riches, grâce à la mise en œuvre de ressources liées à leurs fonctions. Ils peuvent se charger d'organiser des conférences de presse, de trouver de la publicité, de mettre sur pied des programmes, de permettre la participation à des émissions, d'obtenir des autorisations officielles. Ainsi, lors de toute conférence économique de niveau national ou international en Chine, les patrons de grandes entreprises privées ou les *chief executive officers* de haut niveau sont systématiquement flanqués, outre de leurs gardes du corps, de quelques journalistes. Ces derniers n'ont pas pour mission de couvrir l'événement, mais sont chargés des relations publiques pour le compte de ces patrons qu'ils aident à se lier avec des officiels et des célébrités de tous les domaines. Leurs émoluments pour ces activités de « conseil » et de « consultation » sont évidemment conséquents. Ceux qui travaillent pour la télévision sont encore mieux lotis : ou ils créent leur propre société, ou ils se contentent de compter les billets dans le giron des riches.

Les racines de la corruption systémique des médias

- 14 D'après certains, le publrédactionnel résulterait du passage à l'économie de marché, et du triomphe des lois de l'offre et de la demande. Les acheteurs de publrédactionnel auraient besoin de médiatisation dans le domaine politique et économique, c'est-à-dire de publicité déguisée. Or, en Chine, de toutes les formes de corruption, la plus importante est la corruption politique ; parmi toutes les personnes sans vergogne, les plus éhontés sont les hommes politiques – la corruption et l'impudence ont été érigées en système. En réalité, la véritable racine du mal – au-delà du passage à l'économie de marché induit par les réformes – réside dans le système médiatique du Parti communiste.

- *Les porte-parole du Parti sont forcément corrompus.* Sous le monopole du Parti, c'est le Parti qui finance les médias, qui octroie postes et salaires. Aussi les employés des médias fournissent-ils à la société des informations conformes aux exigences du Parti. Ce système n'encourage pas l'indépendance des journalistes ni une véritable information ; il demande en revanche des compte-rendus conformes aux directives et tolère les fausses nouvelles. Les nouvelles forgées de toutes pièces et la corruption des médias ne sont pas nées avec la réforme ; comme si les « records » dont se prévalait l'ère maoïste ne résultaient pas d'une information

corrompue ! Les journalistes chinois, employés du Parti, se sont habitués à ce rôle de porte-parole. S'ils acceptent de falsifier l'information pour s'assurer un gagne-pain et une position sociale, il est dans l'ordre des choses qu'ils utilisent les mêmes moyens pour faire fortune rapidement.

- *Le monopole du pouvoir engendre la corruption.* En Chine, tous les pouvoirs politiques, y compris le contrôle des médias, sont le monopole du Parti. Toute situation de monopole engendre des privilèges, et les privilèges favorisent évidemment la corruption. Sous l'égide du Parti, il n'existe pas de média indépendant. Par conséquent, il n'y a pas non plus de groupe indépendant de personnes chargées de la gestion des médias. Il n'y a que des fonctionnaires du Parti, chargés de gérer les bureaux de l'information et les grands médias. Le directeur de la Télévision chinoise centrale, tout comme les directeurs des banques d'Etat, ou les dirigeants de provinces et les ministres, sont nommés par le Parti. Aussi la corruption dans les médias n'est-elle pas différente de celle qui sévit ailleurs : elle consiste à utiliser l'autorité publique pour son profit personnel. La marchandisation du pouvoir politique et l'utilisation privée des charges publiques ont ouvert à la caste privilégiée que constituent les professionnels des médias, de vastes perspectives de corruption.
- *L'éthique professionnelle est foulée aux pieds, la morale de la société toute entière également.* La dégradation morale de la société chinoise touche évidemment aussi les personnes qui travaillent dans les médias. Arriver à ses fins, sans égards pour les moyens employés, constitue l'une des principales explications aux nouvelles forgées de toutes pièces. Parce que les médias disposent du pouvoir spécifique de collecter et de diffuser l'information, ils ont l'énorme capacité de diriger et d'influencer l'opinion publique. Aussi le plus grand préjudice causé par la corruption dans les médias est-il le suivant : les journalistes ne s'avilissent pas seulement eux-mêmes, ils sont aussi les principaux coupables de la désastreuse disparition de l'honnêteté et de la confiance dans la société. La formule populaire « protégez vous de l'incendie, protégez vous du vol, protégez vous des journalistes » témoigne avec beaucoup d'à-propos de la gravité de la corruption des médias.
- *Il n'y a pas de mécanisme de contrôle des médias.* Les médias constituent le quatrième pouvoir, leur fonction première est d'exercer le contrôle de l'opinion publique sur les autres pouvoirs. Mais si les médias ont un rôle de surveillance, ils doivent eux aussi être soumis au contrôle de la société. Le pouvoir des médias doit s'insérer dans la légalité et travailler au bien public ; il doit être soumis à un contrôle régulier du système et du public, c'est un impératif obligatoire pour le bon fonctionnement d'une société. Mais en Chine, qui pourrait contrôler les médias ? Cela reviendrait à surveiller les plus hauts dirigeants. Le problème est déjà devenu quasi ingérable. Les organes du PCC en charge de l'idéologie élaborent texte sur texte pour lutter contre la corruption dans les médias. Par exemple, dès 1991, l'Association nationale des travailleurs des médias de Chine a promulgué les « Normes éthiques pour les employés des médias chinois ». Par la suite, à intervalles réguliers d'un ou deux ans, tous les organes du Parti en charge de l'idéologie et leurs associations ont élaboré des normes (*zhunze*) ou des règlements (*tiaoli*) de ce type.

- 15 Mais les contraintes imposées par ces normes et règlements restent des mécanismes internes au secteur. Leur application repose principalement sur une amélioration de l'éthique des professionnels des médias, qui feraient preuve d'autolimitation et d'autodiscipline. Ces mécanismes de contrôle sont dépourvus de toute transparence. Aussi, de tous les secteurs, c'est celui des médias où la corruption est la moins visible. Et les rares affaires qui éclatent au grand jour sont minimisées.

Sous l'égide du Parti, il n'existe pas de média indépendant

© Imaginechina

L'avidité à la Télévision centrale est de notoriété publique

- 16 Prenons l'exemple de l'affaire Zhao An qui a fait grand bruit dans tout le pays. Le tribunal a fait état de pots-de-vin se montant à 610 000 yuans et a condamné Zhao An à dix ans de prison. Mais ceux qui ont suivi de près ce scandale retentissant ont tous été déçus par le verdict, l'impression générale étant que l'affaire était minimisée.
- 17 Premièrement, lors de l'arrestation de Zhao An, les médias se sont largement fait l'écho de dizaines de millions de yuans en liquide trouvés à son domicile lors de perquisitions. Au bout du compte, il n'est plus question que de 610 000 yuans. L'écart considérable entre les deux chiffres a de quoi laisser perplexe. Deuxièmement, tout le monde sait que pour participer à n'importe quelle émission importante de la Télévision centrale, il faut en avoir les moyens financiers. Zhao An était à la fois directeur du Département des lettres et des arts de la Télévision centrale et réalisateur-vedette des grandes émissions de variétés. Dans les faits, il détenait le double pouvoir de fonctionnaire des médias et de star de l'audiovisuel. Comment croire qu'il n'aurait touché que des pots de vin de Zhang Junyi⁵? Troisièmement, tout le monde sait que la télévision est le média le plus influent. Aussi est-elle le plus important nid de corrompus dans les médias chinois. Les stars de la variété, les chefs d'entreprise, les fonctionnaires locaux, toute personne ou entreprise qui souhaite apparaître dans une émission télévisée doit au minimum commencer par verser plus de 10 000 yuans. Que l'affaire Zhao An ait éclaté n'est pas du tout étonnant. En effet, l'avidité des employés du Département des lettres et des arts de la télévision centrale, est de notoriété publique dans le monde de l'audiovisuel. Les réalisateurs des grandes émissions de variétés font fortune en vendant des « tickets d'entrée ». Une autre source d'énormes profits personnels à la Télévision centrale est la diffusion des feuilletons télévisés au meilleur créneau horaire. En général, pour qu'un feuilleton non produit par

la Télévision centrale elle-même soit diffusé durant ce créneau, il faut payer des sommes considérables.

- 18 Les médias sont qualifiés de « quatrième pouvoir ou de « conscience de la société ». Ils sont chargés du contrôle du pouvoir politique. Mais en Chine, le quatrième pouvoir est pourri, la conscience de la société a été dévorée par l'appât du pouvoir et de l'argent. Les médias ne contrôlent pas le pouvoir politique, ils en sont partie prenante, et leurs employés forment une caste de privilégiés. Il n'est donc absolument pas étonnant que les membres de la fonction publique, les riches et les médias s'entendent pour duper le public. En même temps, le monde des médias n'oublie pas de veiller à ses propres intérêts, en utilisant pleinement les opportunités que lui offrent ses activités et le système de monopole en vigueur. Il fait tout son possible pour dissimuler la corruption en son sein et chanter ses propres louanges. Ainsi, le générique de la chaîne d'information de la Télévision centrale offre une image typique de grandeur, de gloire et de justice, et des programmes comme « Investigations et débats cruciaux » (*Jiaodian fangtan*), « Enquêtes d'actualité » (*Xinwen diaocha*), « Point de vue éthique » (*Daode guancha*) affichent pour objectif principal de dévoiler des faces sombres de la société ; mais jamais encore n'a-t-on vu une émission sur les zones d'ombre de l'univers des médias. Autrement dit, dans les médias chinois, le phénomène de corruption le plus grave ne réside pas tant dans l'existence de publiédactionnel, mais dans le fait que son existence ne puisse pas faire les titres de l'actualité.

NOTES

1. Li Yuanjiang, rédacteur en chef et directeur du *Guangzhou ribao* (*Le Quotidien de Canton*), a été accusé d'avoir touché des dessous-de-table pour un montant de 1,01 million de yuans, notamment dans le cadre de l'achat d'équipements d'imprimerie. Voir « Corruption trial charges contested by editor », *South China Morning Post*, 13 février 2004, p. A5. En 2003, le *Guangzhou ribao* affichait un tirage de 1,6 million d'exemplaires ; le groupe de presse dont il fait partie recueille les plus importantes recettes publicitaires du pays : 1,3 milliard de yuans en 2003. NdT.

2. Le scandale a impliqué onze journalistes, dont quatre de l'agence de presse Xinhua (Chine nouvelle) et sept autres travaillant pour des journaux locaux. Ils avaient accepté de minimiser un accident dans une mine d'or de la province du Shanxi, en échange de 74 640 yuans versés par les propriétaires de la mine en collusion avec les autorités locales. Il n'avait été fait état que de 2 morts, car un nombre de victimes supérieur à 10 impliquait l'ouverture d'une enquête approfondie. Suite à des plaintes de villageois, 38 autres corps ont été découverts (Voir « Cover-up of mine disaster shakes Xinhua », *South China Morning Post*, 28 septembre 2003, p. 6). NdT.

3. Zhao An était notamment en charge de l'émission de variétés diffusée par la Télévision centrale le soir du Nouvel An chinois, un des programmes les plus regardés de l'année. Accusé d'avoir touché 600 000 yuans donnés par un artiste, Zhang Junyi, il a été condamné le 12 décembre 2003 à dix ans de prison. Zhang Junyi a été pour sa part condamné à six ans de prison (Voir *Kaifang zazhi* (*Open*), janvier 2004, pp. 53-59). NdT.

4. La publicité rédactionnelle dans la presse chinoise consiste en des articles d'apparence normale, mais qui en réalité font la promotion d'un produit ou d'une personne, et dont les commanditaires paient pour la publication. Le publireportage touche tous les médias, la télévision inclus. NdT.

5. Cf. note 3.