



HAL
open science

Diplomatie, médias internationaux chinois et traitement de l'actualité africaine : Propagande / Désinformation / Soft Power

Rose-Marie Bouboutou

► **To cite this version:**

Rose-Marie Bouboutou. Diplomatie, médias internationaux chinois et traitement de l'actualité africaine : Propagande / Désinformation / Soft Power. Sciences de l'information et de la communication. 2018. dumas-02996325

HAL Id: dumas-02996325

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02996325>

Submitted on 9 Nov 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Journalisme

Option : Journalisme

Diplomatie, médias internationaux chinois et traitement de l'actualité africaine Propagande / Désinformation / Soft Power

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Hervé Demailly

Nom, prénom : BOUBOUTOU Rose-Marie

Promotion : 2017-2018

Soutenu le : 25/11/2018

Mention du mémoire : Bien

REMERCIEMENTS

Je voudrais avant tout remercier M. Hervé Demailly qui m'a permis de mieux cerner ma problématique et Karine Chevalier pour son suivi attentif tout au long de la formation.

Je remercie mon rapporteur professionnel, Christian Martial Poos, pour son aide précieuse. Sans ses mises en contacts, ses encouragements, ses rappels à l'ordre rigoureux et les pistes de réflexion ouvertes, je n'aurais pas pu achever ce travail. Sa passion à défendre la noblesse du métier de journaliste dans un contexte et un environnement difficile resteront toujours une source d'inspiration pour moi.

Je remercie les personnes, professionnels et universitaires, qui ont pris de leur temps pour répondre à mes questions. Merci pour leur disponibilité et leur ouverture. Je me sens heureuse et privilégiée que ces experts reconnus aient acceptés de partager leur savoir et leur expérience avec moi.

Je remercie toute la promotion du MSJ 2017/2018. Ils ont été un groupe de soutien extraordinaire tout au long de l'année. Je suis ravie d'avoir fait la connaissance de ces hommes et femmes habités par un vrai amour du métier. De « belles personnes » qui resteront, je l'espère, des « amis pour la vie ». Un merci tout spécial à mon binôme, Fatima et à Sophie.

Je remercie également mon ami, Elimane Diack-Pambou, qui m'a encouragée à reprendre le chemin de l'école.

Enfin, je tenais à dire merci à ma mère, Dr. Romaine Bouboutou, ainsi qu'à mes frères et sœurs, Marie-Hélène et Jacques-Alexandre, pour leur soutien multiforme sans faille.

Table des matières

I. INTRODUCTION	4
I. XINHUA ET TV5 MONDE : LE RECIT DORÉ D'UNE « AFRIQUE QUI GAGNE »	7
A. UNE DIPLOMATIE MODERNE TOURNEE VERS LES INDIVIDUS	7
B. OFFRIR SON REGARD SUR LE MONDE : PROPAGANDE ET DESINFORMATION	10
C. XINHUA ET TV5 MONDE, OPERATEURS DE LA DIPLOMATIE D'INFLUENCE EN AFRIQUE	15
D. CHANGER LE REGARD SUR L'AFRIQUE.....	19
E. CONCLUSION	22
II. XINHUA ET TV5 MONDE, UNE MEME FIN MAIS PAS LES MÊMES MOYENS	23
A. FABRIQUE ET DIFFUSION DE L'INFORMATION	23
1. <i>Fabrique</i>	23
2. <i>Diffusion</i>	25
B. ETUDE COMPAREE DE TRAITEMENT DE L'ACTUALITÉ	27
1. <i>Les violences post-électorales au Zimbabwe</i>	27
2. <i>La crise de la dette chinoise</i>	29
C. ANALYSE DES RESULTATS.....	31
D. INTERPRÉTATION	32
E. CONCLUSION	33
A. PISTES D'AMELIORATION	34
III. CONCLUSION GÉNÉRALE	36
IV. BIBLIOGRAPHIE	38
V. ANNEXES	42
VI. RÉSUMÉ ET MOTS-CLÉS	56

Ces dernières années américains, européens et asiatiques mènent une offensive diplomatique en Afrique sub-saharienne, dont les chiffres de croissance et la richesse du sous-sol constituent un attrait pour leurs économies. La bataille pour le positionnement sur le continent se joue également à travers les médias internationaux des différents pays. Chargés d'influencer positivement les opinions publiques internationales, BBC Afrique, VOA Afrique ou France Media Monde, avec RFI Afrique, représentent des instruments centraux du soft power de ces Etats sur le continent.

La littérature en relation internationale sur les questions « d'influence » aux travers des concepts de « soft power », de « diplomatie publique » ou de « diplomatie culturelle » est très fournie. Surtout dans le monde anglo-saxon. Appliqué aux médias, « l'effet CNN », décortiquant la portée de ce média international américain, qui aurait la capacité supposée d'influencer le déclenchement d'une intervention humanitaire des pays occidentaux en cas de crise, a été largement commenté.

Je travaille depuis plus de dix ans en lien avec l'Afrique sub-saharienne, d'abord dans le secteur des ONG puis dans le monde des médias. J'ai collaboré avec un organe de presse écrite du continent avant de rejoindre des rédactions internationales panafricaines. J'ai pu observer combien l'accès à l'information africaine est essentielle dans le secteur caritatif pour décider des plans d'action à mener envers tel ou tel pays. J'ai vu également, en tant que journaliste, le déficit de confiance envers les médias continentaux de la part des élites africaines. Celles-ci se tournent systématiquement vers les médias internationaux, surtout RFI et TV5 Monde, lorsqu'elles souhaitent communiquer ou s'informer. A titre d'exemple, au Congo-Brazzaville, le président de la République n'accorde jamais aucune interview à la presse nationale. Lorsqu'il s'exprime dans les médias, il le fait toujours dans les médias étrangers. Autre exemple, les derniers chiffres d'audience de France Média Monde dévoilés en septembre 2018 révèlent que RFI est écoutée chaque semaine par 81% des cadres et dirigeants africains. Or, ce sont ces élites qui façonnent le paysage politique et économique de leurs pays. Le type d'information qu'elles reçoivent est donc crucial.

La Chine a été particulièrement offensive sur ce terrain, notamment depuis les années 2000, en renforçant son offre éditoriale à destination de l'Afrique sub-saharienne (ASS) à travers son agence de presse Xinhua, mais aussi en lançant une offre télévisuelle et radiophonique.

La Chine tranche avec ses médias et son « positive reporting », chargé de présenter l'Afrique - et son action sur le continent - sous un jour positif.

Au cours de cette étude, je voudrais décortiquer la fabrique du traitement chinois de l'information africaine sous le Sahara. Comment ce récit de « l'Afrique émergente » construit par les médias chinois se concrétise dans le traitement de l'actualité ? Le récit d'une « Afrique émergente » est-il assimilable à de la propagande ? Comment se construit-il ? Comment cela influence-t-il les choix d'angles ? Quels moyens sont déployés pour parvenir à solidifier ce récit ?

Je souhaiterais également comparer les traitements chinois et français de l'actualité de l'ASS à travers une comparaison des contenus offerts par Xinhua et TV5 Monde.

Si tant est que chinois comme français pratiquent une propagande orientée vers le même but dans leur traitement de l'actualité africaine, on devrait trouver des similitudes dans les méthodes de construction et de diffusion de l'information. Toutefois, la culture médiatique différente des deux pays devrait introduire des nuances significatives. Le Parti communiste chinois contrôle les médias internationaux qui sont chargés de la diffusion de la propagande du parti à l'étranger. La presse chinoise est caractérisée par une absence d'indépendance et un fort contrôle exercé sur les journalistes par le pouvoir politique.¹ La France au contraire a hérité d'une culture de pluralisme médiatique.

¹BÉJA, Jean-Philippe , « Les médias chinois à l'étranger au service du «rêve chinois» », In INAglobal.fr, 21/03/2017, [consulté le 22/11/18], <https://www.inaglobal.fr/communication-publicite/article/les-medias-chinois-l-etranger-au-service-du-reve-chinois-9586#intertitre-5>

C'est ce que nous allons vérifier au moyen des entretiens réalisés auprès des journalistes travaillant pour TV5 Monde et Xinhua, ainsi que de l'étude comparative du traitement d'une même information par ces deux médias.

La première partie de mon travail sera consacrée à la définition du cadre de l'étude et du choix de méthodologie. Après avoir défini les concepts et précisé quelles étaient les organisations concernées, je présenterai rapidement Xinhua et TV5 Monde et ferai un tour d'horizon de la littérature française les concernant.

Dans une deuxième partie, je ferai une étude de cas comparative de Xinhua et de TV5 Monde. J'aborderai notamment leurs outils de fabrication et de diffusion de l'information. Ensuite, je présenterai deux exemples concrets de traitement différencié de l'information. Puis, j'analyserai et interpréterai les résultats. Enfin, je formulerai quelques recommandations.

I. XINHUA ET TV5 MONDE : LE RECIT DORÉ D'UNE « AFRIQUE QUI GAGNE »

Tout d'abord, nous allons définir les termes de soft power, diplomatie publique, diplomatie culturelle et de média international. Ensuite, nous circonscrivons qui sont les organisations concernées, plus précisément Xinhua et TV5 Monde. Ces deux organes ambitionnent de donner une certaine vision de l'Afrique. Ce qui nous conduira à nous interroger sur les notions de propagande et de désinformation et à émettre des hypothèses de recherche.

A. UNE DIPLOMATIE MODERNE TOURNEE VERS LES INDIVIDUS

Le terme de diplomatie publique est attribué au diplomate américain Edmund Gullion. Elle désigne, par opposition à la diplomatie classique menée d'Etat à Etat, les actions diplomatiques destinées à agir directement sur la population des autres pays et non plus seulement sur leurs gouvernements.² Il s'agit de donner une « vraie image » de son pays afin de le rendre plus attractif et de répandre ses valeurs ou son mode de vie³ à travers ses produits culturels. Par exemple, par l'octroi de bourses d'études pour étudier dans leurs pays, Américains ou Chinois cherchent à préparer les élites des différents pays qui épouseront demain leurs positions. Pour la Chine, il s'agit d'avoir les avocats, témoins ou porte-paroles du miracle chinois. Les deux mondes se battent pour conquérir l'Afrique.

Classiquement assimilée à la propagande, la diplomatie publique a pour vecteur privilégié les médias internationaux. Les médias constituent un élément essentiel de la formation de l'opinion publique⁴. Moduler à travers eux les préférences des élites

² LEQUESNE, C. « La diplomatie publique : un objet nouveau ? » - *Mondes, Les cahiers du Quai d'Orsay*, 2012, n°11 – In spire.sciencespo.fr [consulté le 22/11/18],

<https://spire.sciencespo.fr/hdl:/2441/fl5freiag9ag9461v27ld3tf5/resources/pages-de-mondes-11-fr-en.pdf>

³ HUYGHE François-Bernard, « Stratégies étatiques face aux enjeux de l'information », *Revue internationale et stratégique* 2010/2 (n° 78), pages 103 à 109, In [Cairn.info](http:// Cairn.info) [consulté le 22/11/18], <https://www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2010-2-page-103.htm>

⁴ HAYES, Danny et GUARDINO, Matt, *Influence from Abroad: Foreign Voices, the Media, and U.S. Public Opinion*, New York, Mai 2013, Cambridge University Press, p.11

dominantes qui déterminent les politiques est particulièrement crucial⁵. Cela a été mis en relief avec « l'effet CNN », ou la capacité supposée des médias internationaux d'influencer le déclenchement d'une intervention humanitaire des pays occidentaux en cas de crise.

« Les médias internationaux sont des agences de presse, des chaînes de télévision, des radios, des organes de presse écrite et des sites Internet d'information dont la particularité est de traiter l'actualité internationale, sous un angle généraliste ou spécialisé (actualité économique et financière par exemple), et pas seulement l'actualité nationale de leur pays d'origine, et qui ont une diffusion internationale généralement en plusieurs langues. »⁶ Les médias internationaux constituent un outil de la politique étrangère et un attribut de la puissance et de l'influence.⁷ Les plus anciens ont été créés dans les années 1920, mais c'est surtout pendant la période de la guerre froide qu'ils ont joué un rôle stratégique important. Aujourd'hui quasiment tous les Etats ont leurs médias chargés de mettre en valeur les thématiques propres à leur politique étrangère en adoptant un traitement spécifique des actualités⁸. Il s'agit à travers eux d'exporter « des idées et des cadres d'interprétation du monde »⁹. Les médias internationaux sont en général financés par les Etats sur fonds publics. Ils visent à

⁵ ROBINSON, Piers, *Theorizing the Influence of Media on World Politics : Models of Media Influence on Foreign Policy*. *European Journal of Communication* 2001, Vol 16(4): 523–544

⁶ FOUGIER Eddy, «La bataille de l'information internationale» *Revue internationale et stratégique* 2010/2 (n° 78), pages 67 à 74, In Cairn.info [consulté le 22/11/18], <https://www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2010-2-page-67.htm>

⁷ FOUGIER Eddy, «La bataille de l'information internationale» *Revue internationale et stratégique* 2010/2 (n° 78), pages 67 à 74, In Cairn.info [consulté le 22/11/18], <https://www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2010-2-page-67.htm>

⁸ BLET Cyril, «Les medias, un instrument de diplomatie publique ?» *Revue internationale et stratégique* 2010/2 (n° 78), pages 119 à 126, In Cairn.info [consulté le 22/11/18], <https://www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2010-2-page-119.htm>

⁹ FOUGIER Eddy, «La bataille de l'information internationale» *Revue internationale et stratégique* 2010/2 (n° 78), pages 67 à 74, In Cairn.info [consulté le 22/11/18], <https://www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2010-2-page-67.htm>

former les opinions publiques en valorisant le rôle international des Etats qui les financent et sont pour lui des instruments de soft power.¹⁰

La notion de soft power a été forgée par le professeur Joseph Nye dans les années 1990. Il est utilisé en théorie des relations internationales pour décrire la capacité d'une organisation, qu'il s'agisse d'une entité politique comme un Etat ou une ONG, à influencer de manière indirecte le comportement d'une ou de plusieurs autres organisations politiques. Contrairement aux méthodes coercitives utilisées dans l'exercice du « hard power », tel que le recours à la force militaire ou aux blocus économiques, le « soft power » adopte une approche subtile fondée sur la culture, les valeurs, les bonnes pratiques et sur la capacité à convaincre et à aboutir à un consensus¹¹.

Dans sa version chinoise élaborée dès 2006 par le président Hu Jintao, le soft power (软实力, ruan shili) intègre également la dimension économique aux outils culturels, avec les aspects d'aide et de commerce. Le discours chinois sur son soft power invoque le principe de la solidarité Sud-Sud, tout en positionnant la Chine comme un modèle de développement¹².

En France, on parle plutôt de diplomatie culturelle et de diplomatie d'influence. La diplomatie culturelle s'interprète comme l'échange d'information, le partage d'œuvres d'arts et d'autres aspects de la culture dans le but de promouvoir la compréhension mutuelle. Cette « politique d'influence » vise à établir, développer et maintenir des relations avec les partenaires étrangers par le biais de la culture, de l'art et de langue nationale. « Par l'entremise d'actions culturelles, il s'agit de faire entendre ses

¹⁰ BLET Cyril, « Les médias, un instrument de diplomatie publique ? » *Revue internationale et stratégique* 2010/2 (n° 78), pages 119 à 126, In Cairn.info [consulté le 22/11/18], <https://www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2010-2-page-119.htm>

¹¹ « Soft governance », Booklet n°1, Fondation pour Genève

¹² BENAZERAF David, « Soft power chinois en Afrique, Renforcer les intérêts de la Chine au nom de l'amitié sino-africaine », *IFRI, Asie Visions* n°71, septembre 2014, In IFRI.org [consulté le 22/11/18], https://www.ifri.org/sites/default/files/atoms/files/ifri_av71_softpowerchinoisenafrique_benazeraf.pdf

considérations politiques, économiques et stratégiques, tout en poursuivant des objectifs de prestige, de rayonnement et d'attractivité »¹³.

B. OFFRIR SON REGARD SUR LE MONDE : PROPAGANDE ET DESINFORMATION

La diplomatie culturelle française en matière d'audiovisuel s'appuie sur les médias internationaux TV5 Monde, France 24 et RFI qui sont des opérateurs du ministère de l'Europe et des affaires étrangères, placés sous sa tutelle. Selon leur cahier des charges, TV5 Monde, France 24 et RFI ont pour mission de contribuer à « promouvoir les valeurs françaises, notamment la francophonie », « la diffusion et à la promotion de la culture française, francophone ainsi qu'à la présence de la vision de la France dans le monde »,¹⁴. « L'action audiovisuelle extérieure de la France est un élément essentiel de sa politique d'influence au service de la diffusion de ses valeurs et de sa culture à l'étranger, du partage de sa vision du monde », précise le site internet du ministère français des affaires étrangères.

Le continent africain, en particulier les anciennes colonies, demeure pour la France la cible première de sa politique d'influence¹⁵. Selon la dernière étude d'audience Africascope 2017/2018 de Kantar TNS, réalisée dans les capitales de 8 pays d'Afrique francophone (Burkina Faso, Cameroun, Côte d'Ivoire, Gabon, Mali, République Démocratique du Congo, République du Congo et Sénégal), RFI ou France 24 sont des sources prééminentes d'information pour les populations de la zone Afrique francophone¹⁶. Dans les neuf villes étudiées, près de 60% des habitants déclarent écouter l'un ou l'autre média chaque semaine. RFI est la première radio internationale

¹³ BUSSON, Marie-Pierre, « La diplomatie culturelle: levier stratégique au coeur des luttes d'influence ? », *Analyse des impacts de la mondialisation sur la culture - Rapport 11 Février 2012*, In archives.enap.ca [consulté le 22/11/18], <http://archives.enap.ca/bibliotheques/2012/02/030289596.pdf>

¹⁴ MELLOUL F., *Rapport à monsieur le secrétaire général de l'UMP « développement de l'influence de l'influence de la France sur la scène internationale, une diplomatie publique à la française »*, 12 octobre 2010 (p.54)

¹⁵ BLET Cyril, « Les medias, un instrument de diplomatie publique ? » *Revue internationale et stratégique* 2010/2 (n° 78), pages 119 à 126, In [Cairn.info](http:// Cairn.info) [consulté le 22/11/18], <https://www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2010-2-page-119.htm>

¹⁶ *Communiqué de presse*, « RFI et France 24 rassemblent près de 60% de la population en Afrique francophone chaque semaine », 29/08/2018, In [Afrik.com](http:// Afrik.com) [consulté le 22/11/18], <https://www.afrik.com/rfi-et-france-24-rassemblent-pres-de-60-de-la-population-en-afrique-francophone-chaque-semaine>

dans la région et figure dans le Top 5 des radios les plus écoutées (toutes radios confondues). Sur l'ensemble des 8 pays, RFI est écoutée chaque semaine par 40% du grand public et par 81% des cadres et dirigeants. France 24 est la première chaîne d'information internationale en Afrique francophone, toutes cibles confondues. Dans le paysage télévisuel de 7 des 8 pays étudiés, la chaîne figure parmi les 10 plus regardées par l'ensemble de la population (45% des habitants la regardent chaque semaine) et dans le Top 5 des cadres et dirigeants, avec 83% d'audience hebdomadaire sur cette cible. Sur ce segment, France 24 est même l'une des trois chaînes les plus regardées chaque jour, toutes chaînes confondues, dans la quasi-totalité des villes sondées. L'Afrique francophone représente par ailleurs près d'un quart du trafic numérique total de France Médias Monde, avec une moyenne de 6,4 millions de visites mensuelles cumulées en provenance de la zone.

La Chine a mis sur pied des médias dans le but de « faire entendre la voix de la Chine autour du monde ». L'offre médiatique de la Chine comprend l'agence de presse Xinhua, la radio RCI (Radio Chine International) et la télévision avec la China Central Television (CCTV). L'empire du milieu a lancé en 2012 la chaîne publique CCTV Africa qui produit et émet depuis le continent. Outre la volonté d'offrir une « couverture approfondie sur la coopération et les échanges bilatéraux entre les pays africains et la Chine », tous ces médias ont pour objectif de « faire mieux à connaître le continent africain », mettre en exergue les progrès réalisés, présenter le continent dans sa diversité et donner la parole aux « Africains ordinaires.»¹⁷ Depuis 2012 se tient également tous les deux ans, un Forum sur la coopération médiatique Chine-Afrique. La 4^e édition a eu lieu en juin 2018.

Fin mars 2018, CCTV, Radio Chine Internationale et la Radio nationale chinoise ont fusionné pour former « La Voix de la Chine », un « super-média d'Etat », « directement contrôlé par le Département central de la propagande » du parti communiste, chargé de

¹⁷ Agence Ecofin, « L'agence de presse chinoise Xinhua lance un site consacré à l'Afrique », In *agenceecofin.com*, 29/12/2012, [consulté le 22/11/18], <https://www.agenceecofin.com/investissement/2912-8224-l-agence-de-presse-chinoise-xinhua-lance-un-site-consacre-a-l-afrique>

« promouvoir les théories, principes et politiques du parti, forger et améliorer l'opinion publique et diffuser des informations positives sur la Chine »¹⁸.

Les chiffres d'audience des médias chinois en Afrique ne sont pas disponibles.

Malgré leur avancée, le chercheur britannique Iginio Gagliardone relève dans son étude sur CCTV que « des chaînes d'information comme la BBC continuent à forger les standards du journalisme audiovisuel » en Afrique et que les médias chinois « font face à un problème de crédibilité en raison de leurs liens avec les autorités de Pékin »¹⁹. « Les médias chinois se concentrent seulement sur la satisfaction du gouvernement des pays africains et ne répondent pas aux besoins du public », écrit la doctorante chinoise Shuang Hé dans la Revue de Géographie Historique²⁰. De plus, selon elle « les élites africaines reçoivent une éducation occidentale et sont plus enclines à accepter des points de vue diffusés par les médias occidentaux ». Enfin, dans leur traitement les médias chinois mettent trop l'accent sur les relations gouvernementales, les informations politiques et économiques et manquent de programmes de divertissement, ce qui nuit à leurs audiences en Afrique.

Au Royaume-Uni, la BBC, British Broadcasting Corporation, et son World Service financé par le ministère des affaires étrangères, produit à destination de l'Afrique via BBC Africa des programmes radio, télé et des informations en ligne en français, en anglais, en arabe mais aussi en langues africaines (Hausa, Somali, Swahili, Kinyarwanda/Kirundi, Afaan Oromo, Amharic, Igbo, Pidgin, Somali, Tigrinya et Yoruba). A travers ses 11 bureaux répartis sur le continent, elle touche 111 millions de personnes chaque semaine en Afrique où la BBC réalise ses plus importantes audiences.

¹⁸ SCHMIDT, Heike, « Pékin lance un super-média d'Etat baptisé «La Voix de la Chine» », In RFI.fr, 28/03/2018, [consulté le 22/11/18], <http://www.rfi.fr/asi-pacifique/20180328-voix-chine-lance-super-media-etat>

¹⁹ GAGLIARDONE Iginio, 2013, « China as a Persuader: CCTV Africa's First Steps in the African Mediasphere », *African Journalism Studies*, vol. 34, p. 25-40.

²⁰ HE, Shuang, « Le soft power et les médias chinois peuvent-ils servir l'ambition de séduire les pays africains ? », *Les médias : approches géohistoriques et géopolitiques, Revue de Géographie Historique*, N°6-7, mai-novembre 2015, In rgh.univ-lorraine.fr [consulté le 22/11/18], http://rgh.univ-lorraine.fr/articles/view/60/Le_soft_power_et_les_medias_chinois_peuvent_ils_servir_l_ambition_de_seduire_les_pays_africains

Parmi les objectifs de la BBC :

Être le premier choix mondial parmi les radiodiffuseurs internationaux pour des informations fiables et impartiales, être un forum d'échange d'idées au-delà des frontières culturelles, linguistiques et nationales, être un centre mondial d'information et de communication de haute qualité, promouvoir la langue anglaise et l'intérêt pour la Grande-Bretagne, offrir une vitrine aux talents britanniques à travers le monde²¹.

Au Nigeria près de 40% de la population adulte s'informe via BBC News. Trois pays africains se classent parmi le top 10 des marchés du service international de la BBC : le Nigeria (41 millions de spectateurs), l'Égypte (16 millions), la Tanzanie (10 millions).

En Allemagne, Deutsche Welle se définit comme « le média audiovisuel de l'Allemagne » et a en particulier comme mission de « communiquer les points de vue allemands et les perspectives globales », de « présenter la culture de l'Allemagne et de l'Europe » et d'« utiliser notre crédibilité pour promouvoir la réputation de l'Allemagne dans le monde entier »²².

Les pays moins développés ne sont pas exclus de cette course à l'influence. Ainsi le cahier des charges de la chaîne internationale marocaine Medi 1 Sat précise également que celle-ci « a pour objectif d'offrir un point de vue marocain sur l'actualité du reste du monde, de contribuer au rayonnement de la culture et de la civilisation marocaine à destination d'auditoires étrangers »²³.

Les médias internationaux publics sont tiraillés entre « l'exigence politique de diffuser une information compatible avec l'intérêt national incarné par l'État actionnaire » et « le principe déontologique imposant un degré d'indépendance tangible pour ne pas

²¹ BBC World Service, *Annual Review 2004/05, 2004*, In [BBC.co.uk](http://www.bbc.co.uk) [consulté le 22/11/18], http://www.bbc.co.uk/worldservice/us/annual_review/2004/index.shtml

²² FOUGIER Eddy, "La bataille de l'information internationale" *Revue internationale et stratégique* 2010/2 (n° 78), pages 67 à 74, In [Cairn.info](http://www.cairn.info) [consulté le 22/11/18], <https://www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2010-2-page-67.htm>

²³ FOUGIER Eddy, "La bataille de l'information internationale" *Revue internationale et stratégique* 2010/2 (n° 78), pages 67 à 74, In [Cairn.info](http://www.cairn.info) [consulté le 22/11/18], <https://www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2010-2-page-67.htm>

apparaître comme propagandiste »²⁴. Cette dernière étiquette lui ferait perdre toute crédibilité et donc la confiance du public qu'il sont censés influencer. Les médias internationaux russes et chinois ne s'embarrassent pas toujours de cette préoccupation.

La propagande est définie dans le Larousse comme une « action systématique exercée sur l'opinion pour lui faire accepter certaines idées ou doctrines, notamment dans le domaine politique ou social » dans le but de modifier les actions des personnes ciblées et de les pousser à adopter certains comportements.

L'Encyclopædia Universalis définit la désinformation comme « un mélange d'informations réelles et fausses, destiné à tromper »²⁵. Pour le Larousse, désinformer consiste à « utiliser les médias pour faire passer un message susceptible de tromper ou d'influencer l'opinion publique ».

Selon Denis Sieffert, propagande et désinformation ont une différence de substance et se différencient aussi par des vecteurs de diffusion différents²⁶. Dans un cas, il s'agit d'influencer la perception, dans l'autre les comportements. Dans le premier cas, les vecteurs sont les médias officiellement liés au pouvoir ; dans le second, des journalistes ou intellectuels réputés indépendants. Selon lui, la Chine recourt à la propagande pour façonner son opinion publique interne mais à la désinformation lorsqu'il s'agit de convaincre l'opinion internationale²⁷.

Les grands principes journalistiques au contraire imposent le respect de la vérité, la vérification des informations, l'indépendance, l'impartialité, l'équilibre²⁸. Des valeurs aux

²⁴ BLET Cyril, « Les médias, un instrument de diplomatie publique ? » *Revue internationale et stratégique* 2010/2 (n° 78), pages 119 à 126, In Cairn.info [consulté le 22/11/18], <https://www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2010-2-page-119.htm>

²⁵ « Désinformation », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 22 novembre 2018.
URL : <https://www.universalis.fr/dictionnaire/desinformation/>

²⁶ SIEFFERT, Denis, « États-Unis, Israël, Chine : quand la désinformation se mondialise », *Revue internationale et stratégique* 2010/2 (n° 78), pages 119 à 126, In Cairn.info [consulté le 22/11/18] <https://www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2010-2-page-127.htm>

²⁷ *Ibid*

²⁸ KOVACH Bill et ROSENSTIEL Tom, *The elements of Journalism : What Newspeople should know and the public should expect*, Crown Publishers, New York, 2001, p.5.

antipodes de la propagande ou de la désinformation même s'ils passent par les mêmes relais, les médias.

C. XINHUA ET TV5 MONDE, OPERATEURS DE LA DIPLOMATIE D'INFLUENCE EN AFRIQUE

Dans le cadre de cette étude, il sera question de traitement de l'actualité africaine par les médias internationaux chinois et français. Le sujet d'étude pour la Chine sera uniquement leur agence de presse Xinhua. J'aborderai la vision française via la chaîne TV5 Monde.

Xinhua est le fournisseur de contenu chinois pour l'Afrique qui est le mieux installé dans le paysage médiatique du continent. Ses dépêches distribuées gratuitement sont reprises dans de nombreux journaux. Bien que les chiffres ne soient pas disponibles, au vu des usages observés au Congo ou au Sénégal où j'ai résidé, les audiences des chaînes chinoises sont encore confidentielles. Elles restent un pis aller gratuit quand aucune autre chaîne n'est disponible.

TV5 Monde est également bien installée dans le paysage médiatique et la consommation de média des populations. La chaîne est une des plus anciennes chaînes internationales francophones à fournir du contenu spécifique pour l'Afrique.

L'agence de presse Xinhua, créée en 1931, a ouvert son premier bureau en Afrique au Caire en 1957. Au cours des décennies 1980-1990 l'Afrique a occupé progressivement une place de premier ordre au sein de Xinhua. Depuis 2006, le Kenya est devenu le centre du réseau médiatique chinois sur le continent.²⁹ En 2008, Xinhua a lancé le China African News Service afin d'adapter davantage son offre aux besoins de ses clients africains³⁰. En 2012, elle a lancé son site Internet consacré à l'Afrique,

²⁹ MORIN-ALLORY Ronan, « La Chine parle aux Africains. L'appareil médiatique de Pékin », *Outre-Terre* 2011/4 (n° 30), p. 43-71

³⁰ *Ibid*

Xinhuanet. Xinhua compte plus 7 000 correspondants, rédacteurs, administrateurs et techniciens³¹. Elle diffuse notamment des informations en chinois, en anglais, en français, en espagnol, en russe et en arabe. Selon son site Internet, l'agence « a signé à ce jour des accords commerciaux ou non commerciaux sur l'échange d'informations et des accords de coopération en matière de personnel et de technique avec les agences d'information et d'autres organes de presse d'une centaine de pays. Elle a encore noué des liens de coopération avec des organes de l'information étrangères. » Bien souvent, Xinhua distribue gratuitement ses dépêches aux médias africains. Elle est la première source d'influence chinoise sur l'information que lisent chaque jour des milliers d'habitants du continent. Elle a créé une rubrique spéciale « L'Afrique en marche » pour traiter l'actualité du continent. Xinhua diffuse sur son site internet des dépêches sans photos. Il n'y a pas de chiffres disponibles pour le budget et les audiences de Xinhua.

TV5 Afrique a été créé en 1991 sous l'impulsion d'Abdou Diouf, alors Secrétaire Général de la Francophonie. La chaîne généraliste francophone internationale a été créée en 1984. Elle est détenue conjointement par France Télévision, France Média Monde, Arte France, l'INA et les sociétés audiovisuelles publiques belges, suisses, québécoises et canadiennes. En 2013, un pôle Afrique composé d'une dizaine de journalistes a été créé. En 2017, un poste de rédacteur en chef central Afrique a été créé. Chaque jour, TV5Monde diffuse un journal Afrique. Depuis 2018, il dure 26 minutes. Le site internet de TV5 Monde Afrique diffuse également des informations écrites (dépêches AFP et contenu maison mis en ligne avec photo), ainsi que des vidéos. Le slogan du portail TV5MONDE Afrique est « Regarder l'Afrique autrement ». En 2013, Pierre Benoit, alors directeur adjoint de l'information déclarait à Jeune Afrique, au sujet du traitement de l'actualité africaine : « Nous essayons de casser la logique d'une Afrique en crise pour valoriser la créativité et le dynamisme culturel »³².

³¹ Pour la présence en Afrique voir carte en Annexe 1

³² Jeune Afrique, « Télévision : TV5 Monde lorgne l'Afrique », JeuneAfrique.com 15/11/2013 consulté le 22/11/2018, <https://www.jeuneafrique.com/135516/societe/t-l-vision-tv5-monde-lorgne-l-afrique/>

Dominique Tchimbakala, présentatrice du Journal Afrique de TV5 Monde détaille dans son entretien : *« nous ne cherchons pas spécialement à rendre compte de l'actualité africaine sous un jour positif ou négatif mais plutôt de traiter cette actualité avec une diversité d'angles (culture, société, économie et pas seulement actualité politique ou grosses news style faits divers et catastrophe). (...) En ayant un traitement aussi diversifié, on devient moins caricatural dans notre façon de rendre compte de l'actualité africaine. »*

Selon l'étude d'audience Africascope, en 2017, TV5MONDE Afrique est la première chaîne panafricaine francophone, sur la cible des 15 ans et plus, en terme de notoriété, avec un score de 85,2% ainsi que sur l'audience cumulée hebdomadaire, avec un score moyen de 52% dans les 8 pays étudiés. Sur celle des cadres et dirigeants, TV5MONDE touche en moyenne 76% de la cible chaque semaine, soit près d'une personne sur quatre. Par ailleurs, TV5 Monde reste la seule chaîne regardée par plus d'un adulte sur deux dans les capitales d'Afrique francophone, en moyenne chaque semaine.

Une influence qui se travaille y compris auprès des plus jeunes. En 2016, La chaîne francophone a lancé sa chaîne pour enfants, TIVI5 Monde, en Afrique. TiVi5MONDE est regardée par un jeune de moins de 15 ans sur deux sur le continent. Elle capte 49% de l'audience cumulée hebdomadaire en moyenne sur les 3 villes étudiées (Dakar, Abidjan, Douala) par Africascope Kids, ce qui la classe au 3ème rang des chaînes jeunesse qui rassemblent le plus grand nombre de jeunes téléspectateurs.

Les audiences de TV5Monde en Afrique francophone continuent de progresser, notamment grâce au dynamisme de la démographie. Mais dans un proche avenir, le développement des chaînes satellitaires et le lancement de la TNT, risque d'augmenter la pression. Toute l'Afrique devrait basculer de l'analogique vers le numérique au plus tard en 2020, d'après les exigences fixées par l'Union internationale des télécommunications (UIT).

Pour 2018, le budget de TV5 Monde s'élève à 112,5 millions €. Dans un contexte d'économies, les budgets risquent d'être réduits à l'avenir avec à la clef 200 suppressions d'emplois sur 400.³³

Mon analyse interrogera les discours émis par Xinhua et TV5 Monde. Mon approche sera comparative entre les angles et l'importance donnée aux sujets.

L'objectif de mon analyse sera de comparer comment à partir du même cadre de base qui consiste à présenter l'Afrique sous un jour positif, les traitements de Xinhua et de TV5 Monde diffèrent ou se ressemblent.

Afin de comparer le traitement de l'actualité africaine par ces deux médias je me suis appuyée sur la littérature scientifique et les articles de presse existants sur le sujet. J'ai compulsé des études et des sondages au sujet des audiences de ces deux médias. J'ai analysé les sites internet et conduit des entretiens avec un agencier de Xinhua en Afrique, une journaliste Afrique de TV5 Monde, ainsi qu'un chercheur spécialiste des questions de médias en Afrique. Pour des raisons d'éloignement géographique les entretiens ont été faits par envoi des questionnaires par mail. J'ai procédé à une comparaison empirique des angles de traitements choisis pour différents sujets ayant occupé l'actualité africaine ces derniers mois, en consultant les sites Internet des deux médias et en observant comment chaque sujet avait été évoqué.

Le critère de recherche que j'ai sélectionné a été l'importance d'un sujet pour la diplomatie chinoise. Mon étude s'appuie sur l'analyse de deux cas. Le traitement des violences post-électorales au Zimbabwe, un des partenaires clef de la Chine sur le continent et le discours sur le problème de la dette chinoise en Afrique. Pour le premier sujet, j'ai lancé une recherche Google avec les mots-balise : « Zimbabwe élection 2018 » plus le nom du média. Pour la seconde, j'ai effectué une recherche Google avec les mots clefs « crise de la dette chine afrique » suivie du nom du média.

³³ Voir en Annexe 2, tableaux sur les audiences, la notoriété et les effectifs de TV5 Monde en Afrique

L'intérêt de l'analyse est de voir dans un environnement médiatique influencé par la production étrangère quels types de récits se construisent.

D. CHANGER LE REGARD SUR L'AFRIQUE

Les recherches sur la production journalistique se sont intéressées depuis les années 1990 à la manière dont les médias construisent la réalité à travers le travail de sélection, de hiérarchisation et de cadrage des informations.

Le chercheur Shanto Iyengar a théorisé la notion de cadrage. Il en a donné cette définition : « altérations subtiles dans la définition ou présentation des problèmes de jugement ou de choix et les changements résultants de ces altérations dans les décisions subséquentes ». ³⁴

Les cadres fonctionnent comme des principes d'organisation du contenu de l'information et constituent des structures privilégiées du discours. ³⁵

Les chercheurs retiennent cinq facteurs intervenant dans l'élaboration d'un cadre : les normes et valeurs, pressions et contraintes organisationnelles, les routines journalistiques, les orientations politiques ou idéologiques des journalistes et les pressions des groupes d'intérêts. ³⁶

Cadrer consiste à sélectionner certains aspects de la réalité perçue et à les rendre plus visibles dans le discours afin de promouvoir une définition spécifique d'un phénomène,

³⁴ IYENGAR, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press, cité in FOUQUET Arnauld, « Cadres et cadrage (Scheufele, 2000) », In *SocialDisabled.com* [consulté le 22/11/18], <https://socialdisabled.wordpress.com/2009/01/17/cadres-et-cadrage-scheufele-2000/>

³⁵ ENTMAN Robert, « Framing : Towards clarification of a fractured paradigm », *Journal of Communication*, n°42 (4), p. 51-58, 1993

³⁶ FOUQUET Arnauld, « Cadres et cadrage (Scheufele, 2000) », In *SocialDisabled.com* [consulté le 22/11/18], <https://socialdisabled.wordpress.com/2009/01/17/cadres-et-cadrage-scheufele-2000/>

une explication causale, une évaluation morale et/ou des recommandations quant à la manière de la traiter.³⁷

« Cadrer c'est sélectionner certains aspects d'une réalité perçue et les rendre plus saillants dans un message pour promouvoir une définition particulière d'un problème, une interprétation causale, une évaluation morale et/ou une recommandation concernant le traitement de l'objet en question ». Le cadre a une influence sur l'interprétation des événements.³⁸

« Dans la presse occidentale, la chine est souvent présentée comme un agresseur ou un néo-colonisateur, tandis que les africains sont présentés comme faibles ou corrompus. Dans les médias chinois, le schéma est inversé. Les chinois apparaissent comment des bienfaiteurs ou des partenaires, tandis que les africains sont des bénéficiaires enthousiastes de l'aide chinoise », déplore un journaliste sud-africain victime de la censure de l'empire du milieu³⁹. Il poursuit avec l'idée que « le storytelling positif sur l'Afrique arrange les dirigeants africains ». Il estime que les chinois souhaitent que leurs alliés africains reproduisent des environnements médiatiques où la censure serait rarement critiquée.

Le Petit Larousse définit le storytelling comme une technique de communication politique, marketing ou managériale qui consiste à promouvoir une idée, un produit, une marque. Il s'agit de construire un récit dans le but de formater les esprits.

Pour le chercheur David Bénazéraf, « l'approche des médias chinois sur les sujets africains et sino-africains diffère radicalement de l'angle adopté par les médias occidentaux. Les médias chinois sont porteurs de l'idée selon laquelle l'Afrique et ses dirigeants, comme la Chine, ont reçu trop de publicité négative de la part des médias

³⁷ AUBOUSSIER Julien, *Frame analysis* anglo-saxonne : des travaux hétérogènes, In *L'antimondialisation dans la presse écrite française : événement, problème public et discours social*, Thèse Lyon 2, 07/12/2009 [consulté le 22/11/18], http://theses.univ-lyon2.fr/documents/getpart.php?id=lyon2.2009.auboussier_jp&part=158045

³⁸ HUBÉ, Nicolas, « AGENDA POLITIQUE, sociologie », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 05 novembre 2018. URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/agenda-politique-sociologie/>

³⁹ ESSA, Azad, « *China Is Buying African Media's Silence* », In *ForeignPolicy.com*, 14/09/2018, [consulté le 22/11/18], <https://foreignpolicy.com/2018/09/14/china-is-buying-african-medias-silence/>

occidentaux »⁴⁰. Les médias chinois s'emploient surtout à parer les attaques des médias occidentaux à l'encontre des activités de la Chine en Afrique, à vanter les réalisations chinoises en Afrique et le « win-win » chinois. Ils sont très proches des pouvoirs politiques en place. Le traitement chinois de l'information met l'accent sur les angles positifs, en particulier l'implication croissante du parti communiste en Afrique et le récit d'un continent émergent, plutôt que sur les problèmes de corruption ou les catastrophes naturelles, selon le chercheur Emeka Umejei, du département journalisme de l'université de Wits à Johannesburg interviewé par Voice of America. Selon l'universitaire, les médias chinois présentent l'Afrique et la Chine sous un jour positif. Le chercheur britannique Iginio Gagliardone parle de « positive reporting » visant à introduire un « nouveau regard » sur l'Afrique. Il permet aux chinois de se positionner en alliés des partenaires africains, victimes de la lumière négative portée sur eux par les médias occidentaux⁴¹.

Pour Emeka Umejei, ce traitement de l'actualité ne relève pas de la désinformation mais de la propagande car le but n'est pas simplement d'informer mais de modeler les perceptions du parti communiste.

La littérature scientifique sur le traitement de l'actualité africaine de TV5MONDE est très peu abondante. Tout juste, la chercheuse Françoise Berdal-Masuy, juge que TV5MONDE « porte un regard différent » sur le continent, « souvent victime d'un déficit d'image en Occident, et nous propose de découvrir une autre Afrique, joyeuse, légère, pleine de « panache » »⁴².

La démarche initiale des français et des chinois semble donc en partie la même : positiver l'image de l'Afrique. Contrairement à ce qu'affirme David Bénazéraf, l'angle et

⁴⁰ BENAZERAF David, « Soft power chinois en Afrique, Renforcer les intérêts de la Chine au nom de l'amitié sino-africaine », *Asie Visions* n°71, septembre 2014, In IFRI.org [consulté le 22/11/18],

https://www.ifri.org/sites/default/files/atoms/files/ifri_av71_softpowerchinoisenafrique_benazeraf.pdf

⁴¹ GAGLIARDONE Iginio, 2013, « China as a Persuader: CCTV Africa's First Steps in the African Mediasphere », *African Journalism Studies*, vol. 34, p. 25-40.

⁴² BERDAL-MASUY, Françoise, « TV5MONDE Afrique : un autre regard », *Usages pédagogiques du site de TV5MONDE, DIALOGUES ET CULTURES* n°59, p.35 In Abef-bdi.fipf.org [consulté le 22/11/18], http://abef-bdi.fipf.org/sites/fipf.org/files/dialogues_et_cultures_n-59.pdf#page=35

l'approche choisie par les chinois et les occidentaux ne serait pas radicalement différente mais procéderait plutôt de la même démarche de départ. S'agit-il dans le cas français de propagande ou de désinformation ? Si l'on s'appuie sur la distinction faite par Denis Sieffert, on pourrait penser qu'il s'agit également de propagande puisque le but est d'influencer la perception, à travers un média officiellement lié au pouvoir.

E. CONCLUSION

La diplomatie moderne est de plus en plus tournée directement vers les individus des autres Etats. Cela se fait notamment à travers les médias. Quasiment tous les pays ont leurs médias chargés de véhiculer leur vision du monde. Dans leur traitement de l'actualité africaine, les chinois, au travers notamment de leur agence de presse Xinhua et les français, grâce à TV5 Monde, cherchent à donner un autre visage, positif, de l'Afrique, l'un de leur partenaire commercial principal. Ce cadrage de l'information, relève de la propagande car il s'agit d'aboutir à une construction particulière de la réalité dans le but d'orienter la perception du public.

II. XINHUA ET TV5 MONDE, UNE MEME FIN MAIS PAS LES MÊMES MOYENS

Dans cette partie, nous allons comparer les similitudes et les différences entre Xinhua et TV5 Monde dans le choix, l'importance accordée aux sujets et la manière de les traiter. Nous étudierons également les vecteurs de diffusion de l'information produite par les deux médias. Puis, nous nous attarderons sur deux cas concrets.

A. FABRIQUE ET DIFFUSION DE L'INFORMATION

1. Fabrique

Chez Xinhua, les agenciers ont une certaine latitude dans le choix des sujets. « *Comme partout ailleurs, je fais des propositions sur certains sujets préprogrammés du genre conférence, colloque, réunion internationale etc.... Dans ce cas précis, le desk français basé à Nairobi, en collaboration avec le chef de bureau, peut formuler des propositions* », explique un agencier basé au Congo-Brazzaville dans l'entretien que nous avons réalisé par mail⁴³. Il en est de même pour les angles. « *Le choix d'angles des reportages sont définis par le correspondant que je suis. Cependant, en cas d'une commande d'un papier général ou d'une analyse, il arrive que je reçoive des consignes du chef de bureau concernant l'angle et le contenu du papier commandé* », précise l'agencier.

A TV5 Monde également, les correspondants ont une part importante d'initiative dans le choix des angles et des sujets. Soit – cas le plus fréquent – le correspondant en proposant son sujet, propose aussi l'angle ; soit, la rédaction propose au correspondant un sujet en lui définissant l'angle, sinon, l'angle est le plus souvent discuté et arrêté d'un commun accord.

⁴³ Voir annexe 5

Ainsi, le correspondant à Brazzaville explique dans l'interview que nous avons réalisée par écrit⁴⁴ : *« la première initiative vient du terrain, c'est-à-dire, c'est le correspondant qui propose le sujet aussi bien d'actualité que magazine et il définit aussi l'angle. Mais dans la plupart des cas l'angle de sujet est discuté, voir défini par la rédaction. Il arrive aussi que la rédaction propose au correspondant un sujet qui lui aurait échappé. Au fait entre le correspondant, journaliste sur le terrain, et la rédaction, il existe une vraie collaboration dans le traitement de tous les sujets, même ceux réalisés à la rédaction »*.

Dominique Tchimbakala, précise dans l'entretien⁴⁵ réalisée pour ce mémoire que le travail des correspondants est très important car l'Afrique *« est très peu couverte par les agences d'images et agences de presse »*.

La volonté de sortir de *« la logique d'une Afrique en crise »* se traduit sur le terrain par cette approche, expliquée dans l'entretien par le correspondant de la chaîne à Brazzaville : *« sur le traitement objectif de l'actualité – politique, économique, sociale, culturelle et sportive – la ligne éditoriale ne devrait pas bouger : objectivité, rigueur, professionnalisme... Par contre sur les sujets reportage ou magazine, les correspondants en Afrique devraient désormais mettre en priorité "l'Afrique qui bouge positivement", celle des initiatives génératrices de revenus et de progrès. Mettre à la "Une" ces femmes et ces hommes qui créent, de fois en prenant des risques : petites entreprises, maraichages... »*⁴⁶.

Dominique Tchimbakala confirme l'accent mis sur les personnes plutôt que les gouvernements ou les institutions. Selon elle le souci est *« d'avoir une actualité incarnée. Raconter des histoires qui montrent comment vivent les africains, comment les sociétés africaines changent, évoluent. D'où une prime au reportage »*⁴⁷.

⁴⁴ Voir annexe 6

⁴⁵ Voir annexe 7

⁴⁶ Voir annexe 6

⁴⁷ Voir Annexe 7

Les sujets mentionnés par l'agencier Xinhua dans l'interview sont plus institutionnels : « conférence, colloque, réunion internationale » ou encore « procès, les élections »⁴⁸.

Concernant les moyens déployés les deux médias semblent faire jeu égal dans le pays.

L'agencier Xinhua explique : « je suis équipé d'un ordinateur me permettant de travailler en free. Disposant, à mon compte personnel, d'un modem, j'envoie mes dépêches où que je me trouve. Mais j'ai la possibilité d'aller travailler au bureau local. Le Bureau de Brazzaville, couvre Kinshasa et Libreville. Au niveau de Brazzaville, il y a trois correspondants qui travaillent comme pigiste et un autre à Pointe-Noire »⁴⁹.

Du côté de TV5 Monde, pas de débauche de moyens non plus. Le correspondant à Brazzaville spécifie⁵⁰ : « la répartition et les moyens à déployer dépendent de l'importance du pays à couvrir. Il y a des pays où il n'y a qu'un seul correspondant avec comme moyen technique – sa caméra, son téléphone et son ordinateur -, c'est le cas de beaucoup de pays africains : RDC, Congo, Gabon, Côte d'Ivoire... Et il y a des pays où un bureau ou une mini-rédaction est installée avec un personnel conséquent. Il faut ici préciser que dans la quasi-totalité de cas, il est exigé au correspondant d'avoir son propre équipement. (...) Actuellement, c'est le cas de la plupart des Télévisions Internationales, le correspondant est un JRI, journaliste Reporter d'Images. Il doit connaître aussi bien la technique rédactionnelle que la vidéo et le montage vidéo. »

2. Diffusion

« L'agence de presse Xinhua a récemment commencé à publier gratuitement ses reportages auprès des médias africains. La philosophie centrale de cette initiative est d'aider Xinhua à pénétrer dans l'espace médiatique africain. (...) C'est un modèle

⁴⁸ Voir Annexe 5

⁴⁹ Ibid

⁵⁰ Voir Annexe 6

économique. Si les médias africains s'habituent au contenu de Xinhua, ils commenceront bientôt à payer pour ces contenus », explique Emeka Umejei, du département journalisme de l'université de Wits à Johannesburg dans l'entretien réalisé pour ce mémoire⁵¹.

Les médias africains, souvent très pauvres, sont tout heureux de diffuser les nouvelles de l'agence Xinhua, tant sur les questions internationales que sur la Chine. De plus, les agences de la RPC défendent un « journalisme constructif » qui, à la différence de son homologue occidental, ne consiste pas à critiquer le gouvernement, mais à l'aider à faire passer son message. Cette conception de la presse est très appréciée par de nombreux gouvernements autoritaires d'Afrique, de même que le « modèle chinois » popularisé par la presse en anglais qui permet de concilier développement et contrôle de l'opinion », détaille l'INA dans une étude sur la presse chinoise⁵².

Dans le cas précis du Congo-Brazzaville, son agencier dans l'entretien⁵³ explique que « l'Agence Xinhua a, depuis la réinstallation de son bureau local à Brazzaville, en 2010, a entrepris une vaste opération pour sa reconnaissance au niveau des autorités administratives, notamment le ministère de la Communication. Au niveau des médias, elle a signé des accords d'échanges de contenu avec certains médias dont l'Agence congolaise d'Information (ACI), Les dépêches de Brazzaville qui reçoit de façon journalière le fil d'info des Xinhua pour une publication, en tenant compte de l'intérêt pour le public congolais ».

Les contenus vidéos de TV5 MONDE Afrique sont diffusés en linéaire sur le câble en offre payante sur le bouquet Canal+, mais aussi gratuitement via Internet et mobile. La chaîne ambitionne également de se positionner sur la TNT⁵⁴. Les articles écrits sont

⁵¹ Voir Annexe 4

⁵² BÉJA, Jean-Philippe, « Les médias chinois à l'étranger au service du «rêve chinois» », In INAGlobal.fr, 21/03/2017, [consulté le 22/11/18], <https://www.inaglobal.fr/communication-publicite/article/les-medias-chinois-l-etranger-au-service-du-reve-chinois-9586#intertitre-5>

⁵³ Voir Annexe 5

⁵⁴ DE LABARRE, François, « Yves Bigot: "TV5 Monde est la première chaîne francophone en Afrique" », In ParisMatch.com, 12/01/2018, [consulté le 22/11/18], <https://www.parismatch.com/Culture/Medias/Yves-Bigot-TV5-Monde-est-la-premiere-chaîne-francophone-en-Afrique-1436693>

accessibles gratuitement à travers le portail Internet de la chaîne. Mais les contenus ne peuvent pas être repris par les médias locaux africains en tant que tel.

B. *ETUDE COMPAREE DE TRAITEMENT DE L'ACTUALITÉ*

A travers deux exemples, comparons le traitement de certains faits d'actualité africaine par Xinhua et TV5 Monde.

1. *Les violences post-électorales au Zimbabwe*

Le nouveau président zimbabwéen Emmerson Mnangagwa a choisi la Chine, son premier partenaire économique et commercial pour son premier voyage officiel hors d'Afrique après sa prise de pouvoir en novembre 2017. La Chine compte pour plus de la moitié des IDE (Investissements directs étrangers) dans le pays et le Zimbabwe est le quatrième plus gros bénéficiaire de l'aide publique au développement chinoise. Le très sinophile chef de l'Etat y a suivi une formation militaire dans les années 1960. La Chine soutient le Zimbabwe depuis les luttes d'indépendance des années 1960 et est un des rares pays à ne pas lui avoir tourné le dos pendant la dictature de Robert Mugabe.

Alors que les premières élections libres depuis la chute de Mugabe ont été émaillées de violences, l'agence Xinhua ne s'étend pas dessus. Elle évoque de façon laconique le 03 août, un « vote pacifique qui a débuté lundi, mais qui a toutefois dégénéré mercredi en scènes de violence mortelle à la capitale ». En revanche dans la dépêche du 26 août, après la prestation de serment d'Emmerson Mnangagwa, elle mentionne tout juste que « le principal opposant a contesté les résultats du vote » sans faire mention des violences⁵⁵.

Le traitement des violences post-électorales au Zimbabwe par les médias internationaux français est revanche tout différent. « Les relations économiques entre la

⁵⁵ Agence Xinhua, « Zimbabwe : Mnangagwa investi en tant que président pour les cinq années à venir », In *Xinhuanet.com*, 26/08/2018, [consulté le 22/11/18], « http://french.xinhuanet.com/afrique/2018-08/26/c_137420544.htm

France et le Zimbabwe sont limitées », « les échanges commerciaux entre les deux pays sont restreints », indique le site internet du Ministère des affaires étrangères. Le pays est sous le coup d'un embargo de la part de l'Union européenne depuis 2002. Dans l'attente des résultats, TV5 Monde publie un portrait assez flatteur du leader de l'opposition, Nelson Chamisa, qui avait revendiqué sa victoire au lendemain du scrutin⁵⁶. A la date de la proclamation de la victoire de Mnangagwa, le 1^{er} août, TV5 Monde consacre un article aux violences⁵⁷. « Les forces de l'ordre ont d'abord tenté de contenir la colère populaire par des tirs de gaz lacrymogènes et l'usage de canons à eau. Avant de passer à des méthodes plus violentes. Il y a eu des morts ce mercredi dans les rues d'Harare. Les blindés de l'armée étaient de sortie pour terroriser la population ». Le 3 août, un article TV5 Monde, évoque « un climat électrique » dans les rues de Harare⁵⁸. « Police anti-émeutes et militaires patrouillaient dans des rues déserte au lendemain d'une répression meurtrière de manifestants de l'opposition qui a fait 6 morts. Mercredi, après l'annonce de la victoire aux législatives de la Zanu-PF, le parti au pouvoir depuis près de 40 ans, l'armée a dispersé dans le sang des manifestants qui criaient à la fraude. Jeudi, c'est le siège du MDC, le principal parti d'opposition, qui se trouvait bouclé par la police anti-émeute », décrit le site. Le lendemain, TV5 Monde consacre tout un article aux funérailles des premières « victimes de la répression du régime »⁵⁹. Dans un article sur le dépôt par l'opposition d'un recours devant le Conseil constitutionnel le 10 août, le site reprend une dépêche AFP⁶⁰ qui rappelle que « deux

⁵⁶ TV5MONDE, « Présidentielle au Zimbabwe : qui est Nelson Chamisa ? » In TV5Monde.com, 31/07/2018, [consulté le 22/11/18], <https://information.tv5monde.com/afrique/presidentielle-au-zimbabwe-qui-est-nelson-chamisa-252752>

⁵⁷ TV5MONDE, « Zimbabwe: scènes d'émeutes et trois morts après l'annonce contestée de la victoire du parti au pouvoir » In TV5Monde.com, 01/08/2018, [consulté le 22/11/18], <https://information.tv5monde.com/afrique/zimbabwe-scenes-d-emeutes-et-trois-morts-apres-l-annonce-contestee-de-la-victoire-du-parti>

⁵⁸ TV5MONDE, « Zimbabwe : la continuité - Mnangagwa élu président » In TV5Monde.com, 04/08/2018, [consulté le 22/11/18], <https://information.tv5monde.com/afrique/zimbabwe-la-continuite-mnangagwa-elu-president-253177>

⁵⁹ DESORGUES Pierre, « Zimbabwe : premières funérailles des victimes de la répression du régime » In TV5Monde.com, 04/08/2018, [consulté le 22/11/18], <https://information.tv5monde.com/afrique/zimbabwe-premieres-funerailles-des-victimes-de-la-repression-du-regime-253458>

⁶⁰ BARZEGAR, Catherine, G. avec AFP, « Zimbabwe : l'opposition dépose un recours pour contester les résultats de la présidentielle » In TV5Monde.com, 26/08/2018, [consulté le 22/11/18],

jours après l'élection, l'opposition est descendue dans la rue pour dénoncer des fraudes. L'armée a tiré à balles réelles, faisant au moins six morts et des dizaines de blessés... ». Le jour de l'investiture du président Mnangagwa, un article maison s'attarde encore sur les violences⁶¹. « Les violences post-électorales sont encore dans toutes les têtes. "L'incident violent, isolé et malheureux du 1er août était regrettable et totalement inacceptable, commente Emmerson Mnangagwa. Pour clore ce dossier, j'annoncerai bientôt la nomination d'une commission d'enquête qui, une fois son travail achevé, publiera ses conclusions." L'"incident" dont parle le président zimbabwéen a fait 6 morts. Et pas sûr que l'enquête à venir n'apaise les esprits », écrit la journaliste.

2. La crise de la dette chinoise

A la rentrée 2018, un débat a largement occupé l'actualité africaine : la dette des pays du continent serait devenue insoutenable et le responsable de cette situation serait la Chine, devenue le principal bailleur de l'Afrique.

TV5 Monde, contrairement à d'autres médias français ou anglo-saxons ne consacre pas à la question d'article spécifique. Côté chinois, en revanche, on s'active à tenter de désamorcer la polémique.

Dans un article sur le sommet Chine-Afrique daté du 3 septembre 2018⁶², TV5 Monde en fait mention sur son site. Le texte qui relaie les propos élogieux de dirigeants africains sur leur partenariat avec l'Empire du milieu met en doute le caractère gagnant-gagnant de la relation Chine-Afrique. « La Chine investit bien moins qu'elle ne prête !

« <https://information.tv5monde.com/afrique/zimbabwe-l-opposition-depose-un-recours-pour-contester-les-resultats-de-la-presidentielle>

⁶¹DE MATOS, Laure, « Au Zimbabwe, Emmerson Mnangagwa finalement investi président », In TV5Monde.com, 26/08/2018, [consulté le 22/11/18], <https://information.tv5monde.com/afrique/au-zimbabwe-emmerson-mnangagwa-finalement-investi-president-256696>

⁶²BARZEGAR, Catherine, G. « Sommet Chine-Afrique : un rendez-vous incontournable pour les chefs d'État africains » In TV5Monde.com, 03/09/2018, [consulté le 22/11/18], <https://information.tv5monde.com/afrique/sommet-chine-afrique-un-rendez-vous-incontournable-pour-les-chefs-d-etat-africains-257913>

Avec 7 à 8 milliards de dollars par an, son volume de prêts africains est estimé à plus 140 milliards de dollars. Inondés de prêts chinois, les pays bénéficiaires ont vu leur endettement s'envoler. Pékin détiendrait ainsi 55% de la dette extérieure du Kenya, 60% de celle de Djibouti ou 34% du Cameroun. Le Forum sera donc aussi l'occasion pour ces pays de demander l'annulation d'une partie de leurs dettes », écrit le journaliste. Un autre article, sur la présence militaire chinoise en Afrique écrit 10 jours plus tard, souligne le caractère positif des investissements chinois. « Au total, 136 milliards de dollars auraient été prêtés par Pékin entre 2000 et 2017. "Sans aucune condition politique", précise le pouvoir chinois. Des investissements qui ont indéniablement fait avancer l'économie des pays concernés. Et que saluent les Africains eux-mêmes. Un sondage réalisé en 2015 montrait que 63% des sondés considéraient comme positive l'influence de la Chine dans leur pays. »⁶³

Un article plus négatif sur la dette chinoise était publié au mois d'août dans un sujet sur la politique de pénétration indienne en Afrique⁶⁴ qui parle de « piège » de la dette chinoise. L'article relaie les propos du chercheur Philip Gieg de l'Université Wurtzbourg en Allemagne. Sa citation est mise en exergue. "70% des dettes bilatérales du Kenya sont détenues par la Chine. De plus en plus de pays se retrouvent piégés," explique Philip Gieg. Au Congo, le chercheur rapporte une situation similaire. "La Chine a lancé de grands projets, des milliers de kilomètres de route, des barrages. En échange, ils demandent au Congo des matières premières. Mais le pays se retrouve dans l'incapacité de les fournir et de rembourser cette dette ».

Le 3 septembre, Xinhua publie l'interview d'un chercheur marocain⁶⁵ qui décrypte l'annonce faite par le président chinois d'annuler la dette de certains pays africains. La dépêche souligne qu'il s'agit de prêts à taux zéros et que les Etats visés seront « les

⁶³ FONTENEAU, Antoine, « En Afrique, la Chine s'en tient-elle vraiment à sa doctrine de non-ingérence », In TV5Monde.com, 13/09/2018, [consulté le 22/11/18], <https://afrique.tv5monde.com/information/vrai-dire-en-afrique-la-chine-sen-tient-elle-vraiment-sa-doctrine-de-non-ingerence>

⁶⁴ LAYAN, Eloise, « L'Inde, puissance méconnue en Afrique », In TV5Monde.com, 10/08/2018, [consulté le 22/11/18], <https://afrique.tv5monde.com/information/linde-puissance-meconnue-en-afrique>

⁶⁵ Agence Xinhua, « FCSA : l'annulation de la dette de certains pays africains témoigne de l'engagement de la Chine pour le développement du continent (expert) », In Xinhuanet.com, 04/09/2018, [consulté le 22/11/18], http://french.xinhuanet.com/afrique/2018-09/04/c_137443584.htm

pays les moins développés, lourdement endettés et pauvres, ainsi que les petites nations insulaires et enclavées en voie de développement ». Le chercheur cité estime que « ce discours reflète l'engagement de la Chine envers la construction d'une communauté de destin sino-africaine dans l'optique de parvenir à une coopération mutuellement bénéfique et à un développement commun ». Une autre dépêche du 18 octobre est un démenti des autorités chinoises au sujet de la « diplomatie de la dette » de ce pays⁶⁶. Le ministère des affaires étrangères déplore les « mensonges » américains à ce propos. « En réalité, les projets de coopération liés à la Chine ne représentent qu'une très petite partie de la dette des régions et des pays concernés autour de laquelle les Etats-Unis mènent un battage ces derniers temps, et aucun pays n'est pris au "piège de la dette" en raison de sa coopération avec la Chine », affirme le diplomate chinois. Qui ajoute en outre que « de nombreux dirigeants africains ont également exprimé leur objection à l'idée erronée que la coopération sino-africaine aurait aggravé le fardeau de la dette du continent ».

C. ANALYSE DES RESULTATS

Au sujet des violences post-électorales au Zimbabwe, il existe donc une seule dépêche Xinhua qui en fait mention en une phrase contre deux articles entiers consacrés aux violences pour TV5 Monde plus 3 articles qui les évoquent de façon assez détaillée. Bien que TV5 Monde tout comme Xinhua veut donner une vision positive de l'Afrique, cela n'empêche pas la chaîne de traiter en profondeur les crises lorsqu'elles surviennent. Dans son souci d'avoir une information « incarnée », TV5 Monde a aussi fait des sujets où l'on parle des victimes des violences.

Concernant la « crise de la dette chinoise », Xinhua y a consacré deux dépêches. TV5Monde n'aborde la question que de façon incidente dans trois articles. Une fois, la dette chinoise est présentée positivement. Une fois, les points de vue sont mis en balance. Une autre fois, avec une vision totalement négative, mais en pointant toutefois

⁶⁶ Agence Xinhua, « La Chine réfute les accusations américaines concernant la diplomatie de la dette », In *Xinhuanet.com*, 18/10/2018, [consulté le 22/11/18], http://french.xinhuanet.com/2018-10/18/c_137541507.htm

que la Chine n'est pas la seule à mener une telle politique. La chaîne s'intéresse à l'impact pour les populations.

D. INTERPRÉTATION

La prémisse que Xinhua et TV5 Monde veulent présenter l'Afrique autrement, avec un regard positif, aboutit tout de même à des traitements différenciés de l'information.

L'agencier Xinhua dans son entretien⁶⁷ indique qu'il a reçu pour consigne le « *respect avec les normes journalistiques* ». Le correspondant TV5 Monde met en avant pour sa part, les exigences de « *objectivité, rigueur, professionnalisme* »⁶⁸.

Mais contrairement à Xinhua, TV5 Monde aborde les situations de crises ou de violences qui frappent le continent. La chaîne n'hésite pas également à porter un regard sur les politiques menées par les autres pays en Afrique, y compris la Chine. Parfois même avec un regard positif bien que ces pays soient concurrents de la France dans la zone.

Pour le professeur Umejei, le traitement biaisé de Xinhua est une manifestation du soft power de la Chine⁶⁹. Selon lui, il « *se manifeste souvent lorsque les intérêts chinois sont présents dans les reportages. Par exemple, si un reportage porte sur les pratiques de corruption d'un dirigeant politique africain et que ce dernier entretient des relations privilégiées avec la Chine, les médias chinois minimiseraient un tel reportage. Cependant, si les intérêts chinois sont absents, les médias chinois en feront état, comme on pourrait s'y attendre. Les médias occidentaux traiteraient une telle histoire.* »

La culture médiatique différente dans les deux pays explique cela. La Chine pointe à la 176^{ème} place – sur 180 – du classement 2018 établi par Reporter sans frontières (RSF)

⁶⁷ Voir Annexe 5

⁶⁸ Voir Annexe 6

⁶⁹ Voir Annexe 4

de la liberté de la presse dans le monde. RSF relève qu'« en s'appuyant sur l'utilisation massive des nouvelles technologies, le président Xi Jinping a réussi à imposer un modèle de société basé sur le contrôle de l'information et la surveillance des citoyens. Hors de ses frontières, Pékin cherche à promouvoir ce modèle répressif et à instaurer un "nouvel ordre médiatique mondial" sous son influence »⁷⁰.

La France se classe au 33^{ème} rang du classement de RSF en 2018. Le pays était 45^{ème} en 2016 et 39^{ème} en 2017. Cette remontée s'explique surtout du fait d'une dégradation de la situation dans les autres pays européens. L'ONG de défense des journalistes épingle la concentration grandissante des médias en France, ainsi qu'un climat de défiance envers les journalistes, préjudiciable pour la défense de la démocratie.

La système chinois produit un déficit de confiance envers les médias chinois au profit de leurs concurrents occidentaux. « *La question de la confiance demeure ; Les médias africains ne font pas encore confiance aux médias chinois comme sources d'information comme c'est le cas pour les agences de presse occidentales. Ainsi, alors que les relations sino-africaines ont contribué à la consommation de médias chinois en Afrique, les problèmes de confiance pour les médias chinois restent importants* », observe le professeur Umejei⁷¹. Ce qui limite la pénétration des médias chinois dans les audiences africaines malgré leur gratuité.

E. CONCLUSION

A TV5 Monde comme à Xinhua, les journalistes sur le terrain ont une part importante d'initiative dans le choix des angles et des sujets. Dans le traitement de l'information, TV5 Monde met l'accent sur les personnes plutôt que les gouvernements ou les institutions. Bien que Xinhua comme TV5 Monde professent respecter « *les normes*

⁷⁰ « Chine: le contrôle de l'information encore durci » In RSF.org [consulté le 22/11/18], <https://rsf.org/fr/chine>

⁷¹ Voir Annexe 4

journalistiques » d'« *objectivité, rigueur, professionnalisme* ». La prémisse que Xinhua et TV5 Monde veulent présenter l'Afrique autrement, avec un regard positif, aboutit tout de même à des traitements différenciés de l'information du fait de la culture médiatique différente dans les deux pays.

A. PISTES D'AMELIORATION

A la suite du sommet de Pékin, en octobre 2006, la coopération médiatique a été formellement introduite dans les objectifs du Forum sur la coopération Chine-Afrique (Focac). Outre la formation à des journalistes africains, l'empire du milieu organise des voyages de presse en Chine tous frais payés et offre de l'aide financière aux organes de presse du continent

D'après l'hebdomadaire, *La Semaine africaine*, de 2005 à 2016, 853 journalistes africains provenant de 48 pays ont été formés en Chine⁷².

Lors du sommet Chine Afrique de Johannesburg en 2015, le président chinois Xi Jing Ping a promis que son pays allait former 1.000 professionnels africains des médias pendant trois ans.⁷³

La liberté de la presse est quasi-nulle en Chine et le pays ne maintient pas les standards d'indépendance et d'impartialité du journalisme. On peut donc se demander

⁷² MOUZITA MOUKOUAMOU, Marcellin, « Coopération sino-africaine : Une cinquantaine de professionnels africains des médias en formation en Chine », In LaSemaineAfricaine.net, 14/06/2016, [consulté le 22/11/18], <http://www.lasemaineafricaine.net/index.php/national/13505-cooperation-sino-africaine-une-cinquantaine-de-professionnels-africains-des-medias-en-formation-en-chine>

⁷³ MATEO, Martin, « La Chine veut briser l'hégémonie médiatique occidentale en Afrique », In FranceTVInfo.fr, 22/07/2017, [consulté le 22/11/18], <http://geopolis.francetvinfo.fr/la-chine-veut-briser-l-hegemonie-mediatique-occidentale-en-afrique-150741>

ce qu'apprennent les journalistes africains en Chine hormis comment contrôler, voire manipuler l'information⁷⁴.

Cela ne contribue pas à renforcer la crédibilité des médias locaux ni à leur renforcement vis à vis de leurs audiences face à la concurrence extérieure.

Ce type de formation devrait être évité au maximum ou limité aux aspects techniques et complété par d'autres formations dans des pays de tradition libérale pour les aspects éditoriaux.

Les professionnels des médias africains à qui les contenus des médias chinois sont livrés gratuitement devraient éviter de les reprendre sans recul afin de remédier au manque de confiance des élites d'Afrique sub-saharienne et de reconquérir ces audiences cruciales à leur pérennité économique. Surtout dans le contexte d'une explosion de la concurrence internationale de plus en plus nombreuse à proposer du contenu africain francophone (Le Monde Afrique, Paris Match Afrique, Le Point Afrique, Canal + Afrique, etc.).

⁷⁴ ESSA, Azad, « China Is Buying African Media's Silence », In ForeignPolicy.com, 14/09/2018, [consulté le 22/11/18], <https://foreignpolicy.com/2018/09/14/china-is-buying-african-medias-silence/>

TV5 Monde comme Xinhua veulent construire un récit positif de l'Afrique. Toutefois, du fait la différence culturelle entre la France et la Chine, ce parti pris rejaillit différemment sur le traitement de l'information pour l'un et l'autre média. La dimension propagande est plus forte pour Xinhua que pour TV5 Monde. Il en résulte un déficit de confiance envers les médias chinois qui se matérialise en termes d'audience. Les médias occidentaux conservent de ce fait une grande influence sur les médias locaux africains, notamment en raison de leur faible capacité à collecter de l'information. De nombreux reportages citent directement les médias occidentaux⁷⁵.

Qu'il vienne d'Orient ou d'Occident, le storytelling d'une « Afrique qui gagne » est une construction non-endogène, souligne le Professeur Emeka Umejei, du département journalisme de l'université de Wits à Johannesburg. « *Le récit de l'Afrique émergente est un récit occidental. Le problème est que le récit africain est raconté par des étrangers. Tant que les Africains ne raconteront pas leur propre histoire sur la scène mondiale, le récit africain continuera à être élaboré par des personnes sans une compréhension claire de la spécificité des réalités vécues en Afrique* », affirme le chercheur.

Depuis la fin des années 2000, nous sommes passé de l'afro-pessimisme qui décrivait l'Afrique à l'aune du triptyque guerre-famine-misère à l'afro-optimisme d'un

⁷⁵ HE, Shuang, « Le soft power et les médias chinois peuvent-ils servir l'ambition de séduire les pays africains ? », *Les médias : approches géohistoriques et géopolitiques, Revue de Géographie Historique, N°6-7, mai-novembre 2015*, In rgh.univ-lorraine.fr [consulté le 22/11/18], http://rgh.univ-lorraine.fr/articles/view/60/Le_soft_power_et_les_medias_chinois_peuvent_ils_servir_l_ambition_de_seduire_les_pays_africains

continent devenu la « nouvelle frontière du développement »⁷⁶. Si l'on peut se réjouir d'un nouveau type de récit qui a certainement le bénéfice de rassurer les investisseurs, il y a aussi un danger que ce discours à la mode, venu de l'extérieur, puisse à nouveau changer au gré des intérêts, non des africains eux-mêmes, mais de pays tiers.

Même si les correspondants des organes de presse internationaux sont bien souvent des africains, pour une réelle indépendance, voire une réelle souveraineté médiatique, le continent aurait tout à gagner à renforcer son offre éditoriale locale. Améliorer la formation des journalistes, structurer les financements et les aides à la presse pour pouvoir produire une information endogène de qualité.

⁷⁶ BEN YAHMED, Marwane, « Entre afro-optimisme et afro-pessimisme, où va réellement le continent », In *JeuneAfrique.com*, [consulté le 22/11/18], 19/02/2018, <https://www.jeuneafrique.com/mag/532237/economie/entre-afro-optimisme-et-afro-pessimisme-ou-va-reellement-le-continent/>

IV. Bibliographie

- Agence Ecofin** « L'agence de presse chinoise Xinhua lance un site consacré à l'Afrique » [En ligne] // *agenceecofin.com*. - 29 12 2012. - 22 11 2018. - <https://www.agenceecofin.com/investissement/2912-8224-l-agence-de-presse-chinoise-xinhua-lance-un-site-consacre-a-l-afrique>.
- Agence Xinhua** « FCSA : l'annulation de la dette de certains pays africains témoigne de l'engagement de la Chine pour le développement du continent (expert) » [En ligne] // *Xinhuanet.com*. - 04 09 2018. - 22 11 2018. - http://french.xinhuanet.com/afrique/2018-09/04/c_137443584.htm.
- Agence Xinhua** « La Chine réfute les accusations américaines concernant la diplomatie de la dette » [En ligne] // *Xinhuanet.com*. - 18 10 2018. - 22 11 2018. - http://french.xinhuanet.com/2018-10/18/c_137541507.htm.
- Agence Xinhua** « Zimbabwe : Mnangagwa investi en tant que président pour les cinq années à venir » [En ligne] // *Xinhuanet.com*. - 26 08 2018. - 22 11 2018. - http://french.xinhuanet.com/afrique/2018-08/26/c_137420544.htm.
- AUBOUSSIER Julien** *Frame analysis anglo-saxonne : des travaux hétérogènes [Section] // L'antimondialisation dans la presse écrite française : événement, problème public et discours social / auteur du livre Julien AUBOUSSIER. - 2009. - Thèse Lyon 2.*
- BARZEGAR Catherine, G.** « Sommet Chine-Afrique : un rendez-vous incontournable pour les chefs d'État africains » [En ligne] // *TV5Monde.com*. - 03 09 2018. - 22 11 2018. - <https://information.tv5monde.com/afrique/sommet-chine-afrique-un-rendez-vous-incontournable-pour-les-chefs-d-etat-africains-257913>.
- BARZEGAR Catherine, G. avec AFP** « Zimbabwe : l'opposition dépose un recours pour contester les résultats de la présidentielle » [En ligne] // *TV5Monde.com*. - 26 08 2018. - 22 11 2018. - <https://information.tv5monde.com/afrique/zimbabwe-l-opposition-depose-un-recours-pour-contester-les-resultats-de-la-presidentielle>.
- BBC World Service** *Annual Review 2004/05 [Rapport]. - 2004.*
- BÉJA Jean-Philippe** « Les médias chinois à l'étranger au service du «rêve chinois» » [En ligne] // *INAglobal.fr*. - 21 03 2017. - 22 11 2018. - <https://www.inaglobal.fr/communication-publicite/article/les-medias-chinois-l-etranger-au-service-du-reve-chinois-9586#intertitre-5>.
- BEN YAHMED Marwane** « Entre afro-optimisme et afro-pessimisme, où va réellement le continent » [En ligne] // *JeuneAfrique.com*. - 19 02 2018. - 22 11 2018. - <https://www.jeuneafrique.com/mag/532237/economie/entre-afro-optimisme-et-afro-pessimisme-ou-va-reellement-le-continent/>.
- BENAZERAF David** « Soft power chinois en Afrique, Renforcer les intérêts de la Chine au nom de l'amitié sino-africaine » [Article] // *Asie Visions*. - [s.l.] : IFRI, septembre 2014. - n°71.
- BERDAL-MASUY Françoise** « TV5MONDE Afrique : un autre regard » [Revue] // *DIALOGUES ET CULTURES*. - 2013. - Vol. n°59. - p. 35.

BLET Cyril « Les medias, un instrument de diplomatie publique ? » [Article] // *Revue internationale et stratégique*. - 2010. - n° 78 : Vol. 2. - pp. 119-126.

BUSSON Marie-Pierre « La diplomatie culturelle: levier stratégique au coeur des luttes d'influence ? », *Analyse des impacts de la mondialisation sur la culture [Rapport]*. - 2012.

Communiqué de presse « RFI et France 24 rassemblent près de 60% de la population en Afrique francophone chaque semaine » [En ligne] // *Afrik.com*. - 29 08 2018. - 22 11 2018. - <https://www.afrik.com/rfi-et-france-24-rassemblent-pres-de-60-de-la-population-en-afrique-francophone-chaque-semaine>.

DE LABARRE François « Yves Bigot: "TV5 Monde est la première chaîne francophone en Afrique" » [En ligne] // *ParisMatch.com*. - 12 01 2018. - 22 11 2018. - <https://www.parismatch.com/Culture/Medias/Yves-Bigot-TV5-Monde-est-la-premiere-chaîne-francophone-en-Afrique-1436693>.

DE MATOS Laure « Au Zimbabwe, Emmerson Mnangagwa finalement investi président » [En ligne] // *TV5Monde.com*. - 26 08 2018. - 22 11 2018. - <https://information.tv5monde.com/afrique/au-zimbabwe-emmerson-mnangagwa-finalement-investi-president-256696>.

DESORGUES Pierre « Zimbabwe : premières funérailles des victimes de la répression du régime » [En ligne] // *TV5Monde.com*. - 04 08 2018. - 22 11 2018. - <https://information.tv5monde.com/afrique/zimbabwe-premieres-funerailles-des-victimes-de-la-repression-du-regime-253458>.

Encyclopædia Universalis « Désinformation » [En ligne] // *Encyclopædia Universalis [en ligne]*. - 22 11 2018. - <https://www.universalis.fr/dictionnaire/desinformation/>.

ENTMAN Robert « Framing : Towards clarification of a fractured paradigm » [Article] // *Journal of Communication*. - 1993. - n°42 : Vol. 4. - pp. 51-58.

ESSA Azad « China Is Buying African Media's Silence » [En ligne] // *ForeignPolicy.com*. - 14 09 2018. - 22 11 2018. - <https://foreignpolicy.com/2018/09/14/china-is-buying-african-medias-silence/>.

Fondation pour Genève « Soft governance » [Rapport]. - [s.l.] : Booklet n°1.

FONTENEAU Antoine « En Afrique, la Chine s'en tient-elle vraiment à sa doctrine de non-ingérence » [En ligne] // *TV5Monde.com*. - 13 09 2018. - 22 11 2018. - <https://afrique.tv5monde.com/information/vrai-dire-en-afrique-la-chine-sen-tient-elle-vraiment-sa-doctrine-de-non-ingérence>.

FOUGIER Eddy « La bataille de l'information internationale » [Article] // *Revue internationale et stratégique*. - 2010. - n° 78 : Vol. 2. - pp. 67-74.

FOUQUET Arnaud « Cadres et cadrage (Scheufele, 2000) » [En ligne] // *SocialDisabled.com*. - 22 11 2018. - <https://socialdisabled.wordpress.com/2009/01/17/cadres-et-cadrage-scheufele-2000/>.

GAGLIARDONE Iginio « China as a Persuader: CCTV Africa's First Steps in the African Mediasphere » [Revue] // *African Journalism Studies*. - 2013. - Vol. 34. - pp. 25-40.

GUARDINO Matt et HAYES, Danny *Influence from Abroad: Foreign Voices, the Media, and U.S. Public Opinion [Ouvrage]*. - New York : Cambridge University Press, 2013. - p. 11.

HE Shuang « Le soft power et les médias chinois peuvent-ils servir l'ambition de séduire les pays africains ? » [Article] // *Revue de Géographie Historique*. - mai-novembre 2015. - Vol. N°6-7.

HUBÉ Nicolas « AGENDA POLITIQUE, sociologie » [En ligne] // *Encyclopædia Universalis [en ligne]*. - 05 11 2018. - <http://www.universalis.fr/encyclopedie/agenda-politique-sociologie/>.

HUYGHE François-Bernard « Stratégies étatiques face aux enjeux de l'information » [Article] // *Revue internationale et stratégique*. - 2010. - n° 78 : Vol. 2. - pp. 103-109.

IYENGAR S. *Is anyone responsible? How television frames political issues* [Ouvrage]. - Chicago : University of Chicago Press, 1991.

Jeune Afrique « Télévision : TV5 Monde lorgne l'Afrique » [En ligne] // *JeuneAfrique.com*. - 15 11 2013. - 22 11 2018. - <https://www.jeuneafrique.com/135516/societe/t-l-vision-tv5-monde-lorgne-l-afrique/>.

KOVACH Bill et ROSENSTIEL, Tom *The elements of Journalism : What Newspeople should know and the public should expect* [Ouvrage]. - New York : Crown Publishers, 2001. - p. 5.

LAYAN Eloise « L'Inde, puissance méconnue en Afrique » [En ligne] // *TV5Monde.com*. - 10 08 2018. - 22 11 2018. - <https://afrique.tv5monde.com/information/linde-puissance-meconnue-en-afrique>.

LEQUESNE C. « La diplomatie publique : un objet nouveau ? » [Article] // *Mondes, Les cahiers du Quai d'Orsay*. - 2012. - n°11.

MATESO Martin, , In , 22/07/2017, consulté le 22/11/18, « La Chine veut briser l'hégémonie médiatique occidentale en Afrique » [En ligne] // *FranceTVInfo.fr*. - 22 07 2017. - 22 11 2018. - <http://geopolis.francetvinfo.fr/la-chine-veut-briser-l-hegemonie-mediatique-occidentale-en-afrique-150741>.

MELLOUL F. *Rapport à monsieur le secrétaire général de l'UMP « développement de l'influence de l'influence de la France sur la scène internationale, une diplomatie publique à la française »* [Rapport]. - 2010. - p. 54.

MORIN-ALLORY Ronan « La Chine parle aux Africains. L'appareil médiatique de Pékin » [Article] // *Outre-Terre*. - 2011. - n° 30 : Vol. 4. - pp. 43-71.

MOUZITA MOUKOUAMOU Marcellin « Coopération sino-africaine : Une cinquantaine de professionnels africains des médias en formation en Chine » [En ligne] // *LaSemaineAfricaine.net*. - 14 06 2016. - 22 11 2018. - <http://www.lasemaineafricaine.net/index.php/national/13505-cooperation-sino-africaine-une-cinquantaine-de-professionnels-africains-des-medias-en-formation-en-chine>.

Reporter sans frontière « Chine: le contrôle de l'information encore durci » [En ligne] // *RSF.org*. - 22 11 2018. - <https://rsf.org/fr/chine>.

ROBINSON Piers *Theorizing the Influence of Media on World Politics : Models of Media Influence on Foreign Policy* [Article] // *European Journal of Communication*. - 2001. - n° 16 : Vol. 4. - pp. 523-544.

SCHMIDT Heike « Pékin lance un super-média d'Etat baptisé «La Voix de la Chine» » [En ligne] // *RFI.fr*. - 28 03 2018. - 22 11 2018. - <http://www.rfi.fr/asi-pacifique/20180328-voix-chine-lance-super-media-etat>.

SIEFFERT Denis « États-Unis, Israël, Chine : quand la désinformation se mondialise » [Article] // *Revue internationale et stratégique*. - 2010. - n° 78 : Vol. 2. - pp. 119-126.

TV5MONDE « Présidentielle au Zimbabwe : qui est Nelson Chamisa ? » [En ligne] // *TV5Monde.com*. - 31 07 2018. - 22 11 2018. - <https://information.tv5monde.com/afrique/presidentielle-au-zimbabwe-qui-est-nelson-chamisa-252752>.

TV5MONDE « Zimbabwe : la continuité - Mnangagwa élu président » [En ligne] // *TV5Monde.com*. - 04 08 2018. - 22 11 2018. - <https://information.tv5monde.com/afrique/zimbabwe-la-continuite-mnangagwa-elu-president-253177>.

TV5MONDE « Zimbabwe: scènes d'émeutes et trois morts après l'annonce contestée de la victoire du parti au pouvoir » [En ligne] // *TV5Monde.com*. - 01 08 2018. - 22 11 2018. - <https://information.tv5monde.com/afrique/zimbabwe-scenes-d-emeutes-et-trois-morts-apres-l-annonce-contestee-de-la-victoire-du-parti>.

V. ANNEXES

Annexe I : Coopération et déploiement chinois dans le secteur des médias en Afrique

Annexe II : Audience, notoriété et effectifs de TV5 Monde

Annexe III : Techniques de propagande

Annexe IV : Entretien avec le Prof. Emeka Umejei, du département journalisme de l'université de Wits à Johannesburg.

Annexe V : Entretien avec Guy-Gervais Kitina, journaliste, agencier Xinhua au Congo-B.

Annexe VI : Entretien avec Alain Shungu, journaliste, correspondant TV5 Monde au Congo-B

Annexe VII : Entretien avec Dominique Tchimbakala, journaliste, présentatrice du JT Afrique de TV5 Monde.

COOPÉRATION ET DÉPLOIEMENT CHINOIS DANS LE SECTEUR DES MÉDIAS EN AFRIQUE



Crédits : Ronan Morin-Allory 2011⁷⁷

⁷⁷ <https://www.cairn.info/revue-outre-terre1-2011-4-page-43.htm>

ANNEXE 2

AUDIENCE, NOTORIÉTÉ ET EFFECTIFS DE TV5 MONDE ⁷⁸

Diffusion des contenus vidéo non-linéarisés de la chaîne

Audience réelle

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2015 Réalisation	2016 Réalisation
<i>Audience cumulée hebdomadaire totale</i>	<i>millions / semaines</i>	40,2	41,6
<i>Afrique francophone</i>	<i>millions / semaines</i>	27,5	29,3

Indicateur de suivi 2-1-1 : notoriété totale

Notoriété totale	Unité	Réalisation 2013	Réalisation 2014	Réalisation 2015	Réalisation 2016
<i>Afrique francophone (Kantar TNS Africascope / cible 15 ans et +)</i>	%	-			
<i>Abidjan (Côte d'Ivoire)</i>	%	96	97	97	90
<i>Dakar (Sénégal)</i>	%	93	90	87	88
<i>Kinshasa (RDC)</i>	%	98	99	97	95
<i>Bamako (Mali)</i>	%	99	98	93	93

⁷⁸

https://www.performance-publique.budget.gouv.fr/sites/performance_publique/files/farandole/ressources/2018/pap/html/DBGPGM OBJINDPGM847.htm

Le pourcentage de notoriété totale est obtenu en divisant le nombre de répondants qui déclarent avoir entendu parler de la marque TV5 Monde, ne serait-ce que de nom, par le nombre total de personnes interrogées. En 2016, la notoriété de TV5 Monde dans l'étude Africascope sur la cible cadres et dirigeants atteint 100 % à Dakar et Bamako, 99 % à Kinshasa, et 98 % à Abidjan.

Indicateur de suivi 3-2-1 : Nombre d'ETP (équivalents temps plein) permanents et non permanents

		Réalisation 2013	Réalisation 2014	Réalisation 2015	Réalisation 2016
TV5 Monde	<i>Permanents</i>	247,0	247,6	258,1	275,1
	<i>Non permanents</i>	149,1	151,2	146,1	131,9
	Total TV5 Monde	396,1	398,8	404,2	407,0

Parmi les différentes techniques de propagande on distingue

- 1. La vérité incroyable (incredible truths)**
- 2. Blouses blanches et galons (appeal to authority)**
- 3. Assertion**
- 4. Le bon sens de l'homme de la rue (plain folks or common man)**
- 5. L'effet boule de neige (bandwagon and inevitable victory)**
- 6. Provoquer l'opprobre (obtain disapproval)**
- 7. Transfert (transfer)**
- 8. Le choix truqué (least of evils)**
- 9. Le mythe de l'âge d'or (fear of change)**
- 10. Le bouc émissaire et l'ennemi héréditaire (pinpointing the enemy)**
- 11. De l'art de nommer (name calling)**
- 12. Les mots magiques (virtue words)**
- 13. Slogans, symboles, logos**
- 14. Savoir citer dans tout contexte (testimonials)**
- 15. La stratégie de iago (insinuation)**
- 16. L'art du prestidigitateur : savoir détourner l'attention (shift of scene)**

Prof. Emeka Umejei, du département journalisme de l'université de Wits à Johannesburg. Entretien réalisé par mail et traduit de l'anglais

- **Comment le softpower se matérialise dans le traitement de l'actualité africaine par les médias internationaux chinois (particulièrement Xinhua)?**

Le soft power de la Chine se manifeste souvent lorsque les intérêts chinois sont présents dans les reportages. Par exemple, si un reportage porte sur les pratiques de corruption d'un dirigeant politique africain et que ce dernier entretient des relations privilégiées avec la Chine, les médias chinois minimiseraient un tel reportage. Cependant, si les intérêts chinois sont absents, les médias chinois en feront état, comme on pourrait s'y attendre. Les médias occidentaux traiteraient une telle histoire.

- **Comment la diplomatie influence la ligne éditoriale et le traitement journalistique ?**

Je ne sais pas si le mot indiqué est diplomatie ou d'intérêt. L'agence de presse Xinhua a récemment commencé à publier gratuitement ses reportages auprès des médias africains. La philosophie centrale de cette initiative est d'aider Xinhua à pénétrer dans l'espace médiatique africain. Cependant, la question de la confiance demeure ; Les médias africains n'ont pas encore fait confiance aux médias chinois comme sources d'information comme c'est le cas pour les agences de presse occidentales. Ainsi, alors que les relations sino-africaines ont contribué à la consommation de médias chinois en Afrique, les problèmes de confiance pour les médias chinois restent importants.

- **Comment la diplomatie influence les choix d'angles de reportages ?**

Je ne sais pas s'il s'agit de diplomatie ou d'intérêt : la seule chose qui compte, c'est que lorsque l'intérêt chinois est présent dans une histoire, elle est minimisée, mais quand il est absent, l'histoire est autorisée à être développée comme telle sans aucune forme de diplomatie.

- **Quelles sont les méthodes de travail ?**

Ils sont déployés pour couvrir des événements comme tous les autres médias, mais leur intérêt est influencé par l'intérêt de la Chine.

- **Quels sont les moyens déployés ?**

Les moyens habituels employés par toutes les organisations de médias. Ils ont accès à des gadgets de haute technologie utilisés pour collecter des informations et les rapporter.

- **Quels sont les outils de softpower chinois dans la presse africaine ?**

Comme indiqué ci-dessus, l'agence de presse Xinhua a commencé à distribuer son contenu gratuitement aux médias africains. Que vous appeliez cela du soft power, c'est un modèle économique. Si les médias africains s'habituent au contenu de Xinhua, ils commenceront bientôt à payer pour ces contenus

- **Diriez-vous également que le récit d'une Afrique émergente favorisé par la Chine a influencé la façon dont les medias occidentaux traitent l'actualité sur le continent ?**

Pas exactement. Le récit de l'Afrique émergente est un récit occidental. Le problème est que le récit africain est raconté par des étrangers. Tant que les Africains ne raconteront pas leur propre histoire sur la scène mondiale, le récit africain continuera à être élaboré par des personnes sans une compréhension claire de la spécificité des réalités vécues en Afrique.

Guy-Gervais Kitina, journaliste, agencier Xinhua au Congo-B. Entretien réalisé par mail.

- **En tant qu'agencier quelles consignes t'ont été données sur la ligne éditoriale et le traitement journalistique des sujets ?**

En ma qualité de correspondant de Xinhua (Agence Chine Nouvelle), je travaille comme tous les correspondants en couvrant l'actualité nationale d'intérêt national et international, en respect avec les normes journalistiques.

- **Comment sont définis les choix d'angles de reportages ? (Choix de l'agencier, consigne de l'agence, d'un commun accord ?)**

Le choix d'angles des reportages sont définis par le correspondant que je suis. Cependant, en cas d'une commande d'un papier général ou d'une analyse, il arrive que je reçoive des consignes du chef de bureau concernant l'angle et le contenu du papier commandé.

- **Comment se font les choix éditoriaux et les choix de sujets ? (Choix de l'agencier, consigne de l'agence, d'un commun accord ?)**

Comme partout ailleurs, je fais des propositions sur certains sujets préprogrammés du genre conférence, colloque, réunion internationale etc... Dans ce cas précis, le desk français basé à Nairobi, en collaboration avec le chef de bureau, peut formuler des propositions.

- **Quelles sont les méthodes de travail ? (pour la veille des sujets, le process pour envoyer les dépêches ? Le fil de production de l'info ?)**

Dépendant d'un chef de bureau basé à Brazzaville, nous travaillons régulièrement sur certains sujets demandés par le bureau central de Beijing. Toutefois, j'assure la veille

des sujets si nécessaire. Par exemple pendant les procès, les élections et bien d'autres sujets qui nécessitent un suivi journalier ou hebdomadaire.

- ***Quels sont les moyens déployés ? (dotation de l'agence, bureau physique sur place, nombre de journalistes répartis dans le pays etc, politique de gratuité ?)***

Pour le travail, je suis équipé d'un ordinateur me permettant de travailler en free. Disposant, à mon compte personnel, d'un modem, j'envoie mes dépêches où que je me trouve. Mais j'ai la possibilité d'aller travailler au bureau local. Le Bureau de Brazzaville, couvre Kinshasa et Libreville. Au niveau de Brazzaville, il y a trois correspondants qui travaillent comme pigiste et un autre à Pointe-Noire.

- ***Quels est la diffusion/l'influence de l'agence dans les médias locaux ?***

L'Agence Xinhua a, depuis la réinstallation de son bureau local à Brazzaville, en 2010, a entrepris une vaste opération pour sa reconnaissance au niveau des autorités administratives, notamment le ministère de la Communication. Au niveau des médias, elle a signé des accords d'échanges de contenu avec certains médias dont l'Agence congolaise d'Information (ACI), Les dépêches de Brazzaville qui reçoit de façon journalière le fil d'info des Xinhua pour une publication, en tenant compte de l'intérêt pour le public congolais.

Alain Shungu, journaliste, correspondant TV5 Monde au Congo-B. Entretien réalisé par mail.

- **En 2013, Pierre Benoit, l'ancien directeur adjoint de l'information voulait « casser la logique d'une Afrique en crise pour valoriser la créativité et le dynamisme culturel ». En tant qu'agencier quelles consignes vous ont été données sur la ligne éditoriale et le traitement journalistique des sujets ?**

Sur le traitement objectif de l'actualité – politique, économique, sociale, culturelle et sportive – la ligne éditoriale ne devrait pas bouger : objectivité, rigueur, professionnalisme... Par contre sur les sujets reportage ou magazine, les correspondants en Afrique devraient désormais mettre en priorité "l'Afrique qui bouge positivement", celle des initiatives génératrices de revenus et de progrès. Mettre à la "Une" ces femmes et ces hommes qui créent, de fois en prenant des risques : petites entreprises, maraichages...

- **Comment se font les choix éditoriaux et les choix de sujets ? (Choix de l'agencier, consigne de l'agence, d'un commun accord ?)**

La première initiative vient du terrain, c'est-à-dire, c'est le correspondant qui propose le sujet aussi bien d'actualité que magazine et il définit aussi l'angle. Mais dans la plupart des cas l'angle de sujet est discuté, voir défini par la rédaction. Il arrive aussi que la rédaction propose au correspondant un sujet qui lui aurait échappé. Au fait entre le correspondant, journaliste sur le terrain, et la rédaction, il existe une vraie collaboration dans le traitement de tous les sujets, même ceux réalisés à la rédaction.

- **Comment sont définis les choix d'angles de reportages ? (Choix de l'agencier, consigne de l'agence, d'un commun accord ?)**

Comme souligné ci-haut, le correspondant en proposant son sujet, propose aussi l'angle, première option ; deuxième option, la rédaction propose au correspondant un sujet en lui définissant l'angle, sinon, l'angle est le plus souvent discuté et arrêté d'un commun accord.

- **Quelles sont les méthodes de travail ? (pour la veille des sujets, le process pour envoyer les sujets ? Le fil de production de l'info ? est-ce les mêmes journalistes qui font la vidéo et l'écrit pour le site ?)**

Déjà, le correspondant doit avoir un agenda, celui-ci lui permettra de faire des propositions de sujet, soit hebdomadaire soit mensuel, à traiter ou à réaliser, sauf bien sur les sujet "chauds imprévisibles", catastrophes, accidents sur le chemin de fer, Coup d'Etat, mais pour tous les sujets magazines, les propositions devraient être faites au plus tard 48h avant. Actuellement, c'est le cas de la plupart des Télévisions Internationales, le correspondant est un JRI, journaliste Reporter d'Images. Il doit connaître aussi bien la technique rédactionnelle que la vidéo et le montage vidéo.

- **Quels sont les moyens déployés ? (bureau physique sur place, nombre de journalistes répartis dans le pays etc)**

La répartition et les moyens à déployer dépendent de l'importance du pays à couvrir. Il y a des pays où il n'y a qu'un seul correspondant avec comme moyen technique – sa caméra, son téléphone et son ordinateur -, c'est le cas de beaucoup de pays africains : RDC, Congo, Gabon, Côte d'Ivoire... Et il y a des pays où un bureau ou une mini-rédaction est installée avec un personnel conséquent. Il faut ici préciser que dans la quasi-totalité de cas, il est exigé au correspondant d'avoir son propre équipement.

**Dominique Tchimbakala, journaliste, présentatrice du JT Afrique de TV5 Monde.
Entretien réalisé par mail.**

- **Les médias chinois ont pour ligne éditorial de présenter l'Afrique sous un jour positif. Y-a-t'il une exigence similaire au sein de votre rédaction ?**

Nous ne cherchons pas spécialement à rendre compte de l'actualité africaine sous un jour positif ou négatif mais plutôt de traiter cette actualité avec une diversité d'angles (culture, société, économie et pas seulement actualité politique ou grosses news style faits divers et catastrophe). Le fait d'avoir un grand journal de 26 minutes tous les soirs nous permet d'avoir cette diversité de traitement. En ayant un traitement aussi diversifié, on devient moins caricatural dans notre façon de rendre compte de l'actualité africaine.

- **Quelle est la ligne éditoriale sur les sujets africains ?**

Avoir un traitement au plus près des préoccupations africaines, avoir une actualité incarnée. Raconter des histoires qui montrent comment vivent les africains, comment les sociétés africaines changent, évoluent. D'où une prime au reportage.

Rendre compte aussi des questionnements que se posent les Africains et les gens qui s'intéressent à l'Afrique. Nous souhaitons voir le continent et le comprendre à travers sa population, ses grands personnages, ses pages d'histoires, les mouvements culturels et artistiques. C'est la raison pour laquelle nous avons divisé le journal en deux : une partie news et une partie MAG avec généralement un invité ou un débat (histoire, diaspora, le grand invité, la question de la semaine, musique, santé, culture).

- **Comment sont définis les éditoriaux : choix de sujets, d'angles des reportages ?**

Nous avons un rédacteur en chef central qui fait de la veille éditoriale, aux côtés des journalistes, présentateurs et des rédacteurs en chef des différents journaux Afrique (édition de la semaine et édition du WE). Nous avons une conférence de service une fois par semaine au cours de laquelle nous évoquons tous les sujets passés dans la semaine, les sujets et invités prévus et faisons des propositions.

Ensuite, chaque jour, il y a une conférence de rédaction avec les rédacteurs, présentatrice, rédacteur en chef, chef d'édition, réalisateur etc... Nous discutons des sujets à faire, commander, personnes à inviter, du choix des sujets et des angles de reportage. En fonction de l'actualité. Ensuite on fait le conducteur et après, c'est parti ! Chacun peut faire son sujet et nous pouvons préparer le journal.

- **Quelles sont les méthodes de travail et les moyens déployés ? (veille des sujets, réseau de correspondants, moyens techniques)**

A TV5Monde, notre rédaction n'est pas seulement composée des journalistes qui se trouvent au 131 avenue de Wagram. Nous avons des correspondants un peu partout dans le monde, en particulier en Afrique. C'est là où se trouvent l'essentiel de nos téléspectateurs. De plus, ce continent est très peu couvert par les agences d'images et agences de presse. Donc le travail des correspondants est essentiel. En termes de moyens techniques, nous disposons de tout le matériel pour faire du reportage et des directs si besoin.

Les médias internationaux sont les instruments clefs de la diplomatie des Etats. La Chine possède à ce titre l'agence de presse multilingue Xinhua. Quant à la France, elle dispose dans son arsenal, de la chaîne de télévision francophone TV5 Monde. Chinois et français cherchent particulièrement à gagner en influence sur le continent africain devenu un important relai de croissance, en particulier depuis la crise économique mondiale de 2008. Chacun développe une offre de contenu spécifique à destination de l'Afrique dans le but de capter les audiences de ce continent et d'influencer les perceptions de leurs élites. Dans leur traitement médiatique de l'Afrique, Xinhua et TV5 Monde visent à donner une nouvelle image, plus positive de l'Afrique. Au travers une étude de cas comparative de Xinhua et de TV5 Monde, basée sur la littérature scientifique, des entretiens et une étude empirique des angles de traitements choisis pour différents sujets ayant occupé l'actualité africaine ces derniers mois, j'étudierai pourquoi et comment avec une même volonté éditoriale, orientée vers le même but, chinois et français se distinguent dans les méthodes de construction et de diffusion de l'information. L'intérêt de l'analyse est de voir, dans un environnement médiatique africain très influencé par la production étrangère, quelles pistes de travail envisager, afin que la presse locale africaine puisse reconquérir les élites.

MOTS-CLÉS : cadrage, diplomatie publique, diplomatie culturelle, diplomatie d'influence, média international, désinformation, fabrique de l'information, propagande, soft power, storytelling, traitement journalistique