



HAL
open science

La photographie d'actualité en Chine, au-delà du brouillard de la censure. La production et l'édition photo dans le Dongfang Zaobao de Shanghai

Alain Peter

► **To cite this version:**

Alain Peter. La photographie d'actualité en Chine, au-delà du brouillard de la censure. La production et l'édition photo dans le Dongfang Zaobao de Shanghai. Sciences de l'information et de la communication. Université de Strasbourg, 2009. Français. NNT: . tel-00860437

HAL Id: tel-00860437

<https://theses.hal.science/tel-00860437>

Submitted on 10 Sep 2013

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.

**UNIVERSITE DE STRASBOURG
CENTRE UNIVERSITAIRE D'ENSEIGNEMENT DU JOURNALISME
(CUEJ)**

Doctorat

Information-communication

Alain PETER

**La photographie d'actualité en Chine,
au-delà du brouillard de la censure**

La production et l'édition photo dans le *Dongfang Zaobao* de Shanghai

Thèse dirigée par Jean-Claude SOULAGES

Soutenue le 3 décembre 2009

Jury :

COLOMB Dominique

CHANEL Alain

LACROSNIÈRE Jérôme

GU Zheng

UTARD Jean-Michel

SOMMAIRE

INTRODUCTION	1
A. Les séquelles de 1989	1
B. Les études sur la presse chinoise	4
C. La polysémie photographique	12
1) La photographie comme trace du réel	12
2) La photographie comme porteuse de signes	14
D. Le corpus	19
1) Les pages de couverture du <i>Dongfang</i>	19
2) Des séjours au sein de la rédaction	21
3) Les entretiens avec des professionnels	21
4) Les éléments complémentaires	24
a) Des documents internes du journal	24
b) Une enquête auprès des kiosques à journaux	24
c) Un sondage qualitatif auprès des lecteurs	24
d) Une chronologie détaillée	26
E. Les techniques d'analyses	26
1) L'exploitation statistique de la base de données	27
a) L'organisation de la base de données	27
b) L'exploitation de la base de données	30
2) Des séjours en observation participante	31
3) Une analyse des discours des journalistes	32
F. Une présentation en six séquences	34

LA PRESSE CONTEMPORAINE CHINOISE	35
A. Du plan au marché : brève histoire de la presse chinoise	35
1) De 1949 à 1992 : gloire à l'information socialiste	35
2) Depuis 1992 les <i>dushibao</i> brisent la glace	40
3) Dans les mailles des groupes de presse	50
4) « <i>Le journaliste chinois, cet oxymore</i> »	53
B. Eternelle censure	59
1) Dispositions légales et réglementaires	59
a) Une constitution faussement libérale	59
b) Des secrets d'État bien gardés	60
c) L'obligation d'enregistrement et de licence préalable	65
d) Une diffusion contrôlée	67
e) Une carte de presse idéologique	67
f) Timides progrès du droit à l'information	71
2) Les chiens de garde de la presse	73
a) Le Département central de la propagande	73
b) L'Administration générale de la presse et des publications (AGPP)	77
c) L'agence Chine nouvelle	78
d) L'agence Nouvelles de Chine	82
Conclusions provisoires	82
LA PHOTOGRAPHIE D'ACTUALITE EN CHINE	85
A. Photographe à l'ombre de Sha Fei	85
B. La grande soif de photos d'actualité depuis 1992	91
C. Querelles d'images	98
D. La photo fait son marché	102
1) Le Grand bond en avant dans le numérique	102
2) La fin du monopole de Chine nouvelle	104

3) Chine nouvelle fait de la résistance	108
4) L'Organisation mondiale du commerce (OMC) entrouvre le marché	110
E. La photo documentaire en pleine lumière	112
Conclusions provisoires	115
LA CARTE D'IDENTITE DU <i>DONGFANG ZAOBAO</i>	117
A. Un journal commandé par le Parti communiste	117
1) Le marché de la presse de Shanghai : concurrentiel, mais fermé	117
2) Le Parti communiste rêve du <i>Dongfang Zaobao</i> ...	119
3) ... les groupes de presse créent le journal	123
4) La photographie comme pilier du journal	130
a) Une culture de l'image	131
b) Un argument commercial	133
c) Un important rang hiérarchique	134
d) Une maquette très british	135
e) Des photos de toutes origines	136
f) Une technique de pointe	136
g) Une noble Charte	137
B. Les affres de la commercialisation	138
1) Une diffusion en dents de scie	138
2) Sauve qui peut le journal	141
3) Un public mouvant	144
4) Un delta introuvable	152
5) Les attentes du public	156
C. Une publication à géométrie variable	159
1) Cure minceur pour le format	159
2) Lifting pour la maquette	161
a) Format vertical pour la photo principale	162

b) Déplacement du bandeau vers la colonne de gauche	163
c) Réduction du nombre de photos	164
3) Les acrobaties du prix de vente	165
D. Le déroulé du journal	167
1) Une organisation en cahiers	167
2) Des rubriques de poids variables	168
3) Une pagination fluctuante	169
4) Aux petits soins pour la vitrine	170
E. Comparaisons entre le <i>Dongfang Zaobao</i> et d'autres journaux	173
1) Comparaison avec le <i>Guardian</i>	174
a) Ressemblances dans les formes	174
b) Différences sur le fond	175
2) Comparaison avec le <i>South China Morning Post</i>	176
3) Comparaison avec le <i>Xinwen Chenbao</i>	177
4) Comparaison avec le <i>Jiefang Ribao</i>	179
Conclusions provisoires	180
LA CONSTRUCTION DE L'ACTUALITE EN IMAGES	182
A. Les rubriques du journal : la hiérarchie officielle de l'actualité	183
1) La rubrique Internationale perd la tête	183
2) Les leçons des sous rubriques	186
B. Les figures de l'actualité en images : la hiérarchie cachée	187
1) Une Chine harmonieuse	191
a) La sous-figure des Loisirs	192
b) La sous-figure de la Croissance économique	193
c) La sous-figure de la Société	194
d) La sous-figure de la Consommation	195
e) La sous-figure des Projets et réalisations	196
f) La sous-figure de Taiwan	197

2) Des Drames effrayants	198
a) La manne des accidents et catastrophes	199
b) Météo et prévention à la hausse	202
3) Une Direction éclairée	202
4) Un Monde violent	206
a) Du sang à la Une	206
b) Exercice d'équilibre en Corée du Nord	207
c) Le rappel opportuniste du passé	208
d) L'émergence pacifique de la Chine	209
e) Un monde de catastrophes	210
5) Fascination pour les États-Unis	210
a) De fascinantes personnalités	212
b) L'avant-garde scientifique	213
c) Pays de malheurs	213
d) Microsoft et les autres	214
e) L'attrait des armes	214
6) La fascination pour Hong Kong	215
7) Héros anciens et nouveaux	217
a) Les Stars du show business	218
b) Les Dieux du stade	220
c) Les Conquérants de l'espace	222
d) Les Parangons de vertu	224
e) Les Entrepreneurs	226
C. Le crible des mots-clés	229
1) Le hit parade des villes	229
2) Les personnalités préférées	231
3) Dirigeants et amuseurs sur le devant de la scène	234
4) Un solide machisme	238
5) D'explicites silences	240

a) Grèves et manifestations oubliées	240
b) Expulsions sans images	241
c) Sélectivité des cas de corruption	241
d) Délinquance inexistante	242
e) Aucun écart de richesse	243
f) Pas d'élections en vue en Chine	244
D. Les symptômes de contraintes	246
1) Le masque des crédits photos	246
a) Des photos à peu de crédit	247
b) Cacher l'origine étrangère	248
c) Les effets de la nouvelle formule	250
2) Le recul de l'investigation	250
3) La courbette des « faux titres »	255
4) La montée du nationalisme	257
5) Le spectacle de l'actualité	260
E. Les degrés de photogénie	262
1) Primes aux rubriques International, Culture et Sport	262
2) Des Drames bien vus	264
3) Vive le spectaculaire	265
4) Un classement hybride	266
Conclusions provisoires	267
LA PRODUCTION DU CENTRE VISUEL	270
A. Organisation et équipements du Centre visuel	270
1) Un service performant	270
2) À l'école de Fotostation	271
B. Le travail dans le Centre visuel	273
1) De sages conférences de rédaction	273
a) Evaluation du journal de la veille	274

b) Comparaison avec les journaux concurrents	275
c) L'annonce des titres	276
2) De timides photojournalistes	278
a) L'ordinaire de l'actualité	278
b) L'autocensure à chaud	279
3) Des éditeurs photo coincés entre l'actualité et la censure	280
a) L'actualité internationale entre le marteau et l'enclume	280
b) L'actualité chinoise au prisme des loisirs	284
c) Vendre, être vu en kiosque	286
4) Au miroir des réunions professionnelles	288
a) La cote des photos	288
b) Des réunions "entre soi"	293
C. Exemples de traitement de l'actualité	295
1) Georges Bush en Asie, novembre 2005	295
2) L'affaire Chen Liangyu, 2006-2008	298
3) La réunion de l'ASEAN, janvier 2007	304
4) Les manifestations en Birmanie, septembre 2007	304
5) Le tremblement de terre du Sichuan, mai 2008	309
a) Une couverture exceptionnelle	311
b) Les habitants plutôt que les dirigeants	313
c) Rares images de morts	315
d) Repousser les limites	317
<i>Chasser en meute</i>	317
<i>Se déplacer librement</i>	318
<i>S'abriter derrière les dirigeants</i>	321
e) Le tabou des écoles doufu	323
<i>Justifier les silences</i>	324
<i>Jouer avec les lignes blanches</i>	326
<i>Enregistrer les faits</i>	330

f) Travaux au long cours	330
g) Dushibaoisation de Chine nouvelle	332
h) Icônes photographiques	333
i) Évaluation	335
<i>Une bonne affaire commerciale</i>	335
<i>Une courte période de liberté</i>	336
<i>Des évolutions en profondeur</i>	337
D. Au fil de la chronologie	339
1) L'actualité chinoise biaisée	339
2) Une actualité internationale complète	342
Conclusions provisoires	344
LES PROFESSIONNELS DU CENTRE VISUEL	347
A) Le profil des photographes et éditeurs photos	347
1) Une faible moyenne d'âge	347
2) Le sexe de la fonction	348
3) Un recrutement national	348
4) Des formations initiales de toutes sortes	350
5) Un recrutement mi-professionnel, mi-politique	352
6) Un statut précaire	355
7) Rémunération en baisse, ménages en hausse	357
B) À la poursuite du professionnalisme	360
1) Un idéal photographique...	360
2) ... écorné par la pratique.	363
C. Censure et autocensure	366
1) Tout puissant Département de la propagande	367
2) L'apprentissage de l'autocensure	369
a) Éviter les accidents	369
b) Progrès avérés, patience demandée	372

c) Un étranger encore flou	374
D) Jouer avec les lignes blanches	377
1) Repousser les limites	378
2) La double vie des photographes	379
3) Obtenir une reconnaissance internationale	382
E) Un clientélisme bien chevillé	384
1) La tentation des « enveloppes rouges »	384
2) Intérêts et avantage bien sentis	387
3) Épilogue	388
Conclusions provisoires	389
CONCLUSIONS	392
1) Les trois barreaux de la cage médiatique	393
a) Le barreau commercial	393
b) Le barreau de la censure	395
c) Le barreau professionnel	397
2) La négociation de compromis	400
3) Un marché de dupes ?	403
4) La Chine, miroir pour la presse française ?	406
BIBLIOGRAPHIE	408
ANNEXES SUR CD-ROM	
1) Les 318 pages de couverture du <i>Dongfang Zaobao</i> étudiées au format Pdf	
2) Les pages du <i>Dongfang Zaobao</i> se rapportant aux études de cas (ASEAN, Birmanie, Bush en Asie, Chen Liangyu, tremblement de terre du Sichuan)	
3) La base de données en FileMaker	
4) Les infographies tirées de la base de données	

- 5) Le listing des chronologies de l'actualité chinoise et internationale de 2005
- 6) L'enquête sur le lectorat

INTRODUCTION

A. Les séquelles de 1989

Un homme seul bloque une colonne de chars. Saisie au matin du 5 juin 1989¹, la scène symbolise la répression du mouvement chinois pour la démocratie. La photographie est connue dans le monde entier mais reste tabou en Chine. Même 20 ans après l'événement, elle reste méconnue des Chinois. Sauf exceptions, les étudiants chinois d'aujourd'hui ne l'ont jamais vu et ils ne sont pas en mesure de la relier à un événement politique survenue dans leur pays. Leur méconnaissance de l'image constitue la meilleure illustration de la capacité du Parti communiste chinois à contrôler l'information délivrée à ses sujets. La propagande veille à ce que les jeunes chinois ne s'interrogent pas sur la nature des événements de 1989 et n'éprouvent pas de sympathies envers « l'homme du tank ». Et elle y réussit pour l'essentiel.

Et pourtant, la Chine du début du XXI^e siècle a beaucoup changé par rapport il y a quelques décennies. Les mêmes étudiants qui ne connaissent pas la photo de l'homme du tank ont tous les jours l'occasion de voir un panorama d'images sur la Chine et sur le monde beaucoup plus large que leurs aînés de 1989. Non seulement ils bénéficient aujourd'hui des ressources d'internet, mais les médias chinois eux-mêmes ont subi une profonde transformation de leur mode de production et de diffusion de l'information. À la multiplication des publications s'ajoute les effets de la commercialisation des journaux. Ils permettent un élargissement des thèmes d'actualité, des sources, des modes de traitement.

¹ Quatre photographes ont pris la même image : Charlie Cole, Stuart Franklin, Arthur Tsang, Jeff Widener

Stimulés par le besoin de vendre, les médias se sont ouverts aux intérêts de leur public et ne se contentent plus d'être les seuls relais des messages du pouvoir. Résultat : le public chinois est aujourd'hui davantage et bien mieux informé de l'actualité de son pays et du monde que par le passé. Ces évolutions interviennent alors que la Chine s'ouvre aux flux de communication international favorisé par la mondialisation, mais d'une façon à nul autre pays comparable. Alors que les anciens pays socialistes de l'Europe de l'est ou le Mexique ont vu leurs systèmes nationaux d'information mis à bas par des révolutions politiques et la mondialisation ², l'État chinois maintient une forte emprise nationale sur la production et la diffusion de l'information. Dans cet univers médiatique changeant, la photographie d'actualité joue un rôle majeur. Encore marginale il y a deux décennies, elle a gagné ses lettres de noblesse dans la presse chinoise à partir du milieu des années quatre-vingt-dix du siècle précédent. La création de nouveaux journaux centrés sur les grandes métropoles, commercialisés, animés par une nouvelle génération de journalistes, forme le fer de lance de cette évolution. Inspirés d'exemples étrangers, ces journaux de métropoles, accordent une grande place à la photographie. Ce paysage présente ainsi un grand paradoxe. En même temps que les médias subissent une transformation radicale vers une forme de pluralisme encadré, un pouvoir dictatorial se maintient au pouvoir et est capable d'effacer de la mémoire l'image symbole du plus important événement politique contemporain chinois. Frappant dans le cas de l'image de l'homme du tank, ce paradoxe s'étend à nombre d'autres sujets d'actualité où les logiques commerciales et éditoriales entrent apparemment en conflit avec la censure. Comment expliquer ce paradoxe ? Est-il seulement la conséquence d'un système de censure et de propagande particulièrement efficace ou bien d'autres facteurs y contribuent-ils aussi ? Les journalistes et photographes chinois contemporains entretiennent-ils

² François Demers, « Crise de l'État-Nation et communication politique interne. Une ligne de fracture nommée démocratisation ». *Hermès*, 17-18, 1995, pp. 267-285.

ce paradoxe ou bien le contestent-ils ? Quelle est la dynamique de ce système médiatique dont la photographie d'actualité est devenue un des supports les plus importants ? De quelle façon évolue-t-il sous les effets d'internet ? La présente étude tente de répondre à ces questions en prenant pour appui l'observation de la production et de la diffusion de photographies d'actualité dans le *Dongfang Zaoabo*³ (东方早报), un quotidien de Shanghai.

Trois facteurs justifient le choix d'étudier la photographie d'actualité dans le *Dongfang* : le déficit d'études sur la place de la photographie dans l'évolution des médias chinois, la réputation de ce journal en la matière, la place de la métropole de Shanghai dans le paysage médiatique chinois.

L'examen de la photographie et du travail des photographes et des éditeurs photos dans le *Dongfang* peut combler une lacune dans l'étude de la presse chinoise contemporaine. En effet, celle-ci a fait l'objet de nombreuses études, sous l'angle de la démarche commerciale, de l'autonomie éditoriale, des conflits avec la censure, etc. mais la place et le rôle qu'occupe la photographie d'actualité dans ces évolutions n'a que rarement été abordé. Bien que la profession de journalistes soit sous-divisée en de nombreuses spécialisations (rédacteurs, secrétaires de rédaction, infographistes, metteurs en page, photographes et éditeurs photos), les études de contenus portent en général sur les seuls articles. Si cette démarche pouvait se justifier quand les journaux chinois ne publiaient pas ou que rarement des photos, elle passe à côté d'un des principaux arguments commerciaux et éditoriaux de la presse chinoise contemporaine. Les titres commercialisés aujourd'hui ne survivraient sans doute pas longtemps à une disparition des photos dans leurs pages. Le fait que la commercialisation des journaux chinois et la montée en puissance de la photographie d'actualité sont des phénomènes chronologiquement liés doit pourtant alerter.

³ En abrégé, le *Dongfang*.

Deuxièmement, le *Dongfang* partage avec le *Nanfang Dushibao* (南方都市报) de Canton et le *Xinjingbao* (新京报) de Pékin la réputation d'être l'un des trois meilleurs journaux de Chine pour la photographie d'actualité. Le fait que ces trois journaux soient associés dans cette réputation ne doit rien au hasard : ils doivent leurs créations au même groupe de presse Nanfang de Canton.

Propriétaire du *Nanfang Dushibao*, il a cofondé le *Xinjingbao* et le *Dongfang*. Dans ces deux derniers cas, il a dû se retirer en raison de difficultés avec les autorités, mais de nombreux journalistes qu'il avait recrutés ou bien transférés depuis d'autres publications du groupe de presse sont restés en poste. À Shanghai c'est notamment le cas des principaux responsables des services de photographie et d'édition photo.

Enfin, l'importance de la municipalité de Shanghai justifie que sa presse soit mieux étudiée qu'elle ne l'est jusqu'à présent. En effet, les observateurs s'attachent en général à l'examen des évolutions des médias de Pékin et de Canton, les deux villes dont les presses s'avèrent les plus dynamiques. La première en raison de sa proximité avec le centre du pouvoir chinois, la deuxième à cause du voisinage de Hong Kong et de sa distance... avec Pékin. Aussi justifiée que soit cette attention portée aux deux capitales médiatiques chinoises, elle sous-estime le poids de la capitale économique dans les médias chinois et ne rend pas compte de ses spécificités.

B. Les études sur la presse chinoise

Les changements survenus dans la presse chinoise ne sont pas isolés. Ils interviennent alors que l'ensemble du paysage médiatique est en pleine mutation depuis la relance des réformes économiques en 1992. Commercialisation est le maître-mot de ces évolutions qui sont abondamment étudiés.

Professeur à l'université de Minnesota, Lee Chin Chuan a coordonné un ouvrage qui aborde la question sous plusieurs angles : la place croissante de la publicité, l'évolution du système de contrôle, l'influence de la télévision de Hong Kong sur celle du continent, etc.⁴

À Londres, sous la direction de Hugo de Burgh, le China Media Centre de l'université Westminster impulse depuis sa création en 2005 des recherches sur tous les aspects des mutations des médias chinois. Il a consacré un numéro de la revue *Westminster Paper in Communication and Culture (WPCC)* aux médias en Chine⁵ et organise des conférences thématiques. L'une d'entre elles, tenue en 2006, s'est penchée sur « *La modernisation, la modernité et les média chinois* », une autre, en juin 2009, s'est concentrée sur « *La créativité et l'innovation dans les média chinois* ». En France, le domaine des média chinois est beaucoup plus rarement traité. Patricia Batto a consacré sa thèse à l'histoire d'un groupe de presse taïwanais et écrit des articles sur l'actualité de l'information en Chine continentale. Dominique Colomb poursuit un travail sur la publicité en Chine, son importance dans les réformes économiques et ses rapports avec la mondialisation. Il souligne l'avènement du consummatisme, idée selon laquelle les salariés sont autant des consommateurs que des producteurs.⁶

Dans le domaine des journaux d'information, l'étude de Zhao Yuezhi publiée en 1998 et fondée sur le *Beijing Qingnianbao*, est devenue une référence incontournable⁷. Elle présente les contradictions dans lesquelles sont enserrés les médias chinois entre leur volonté de répondre à des attentes du marché et leur obligation de fidélité au Parti communiste. Zhao Yuezhi évoque l'émergence d'un modèle de journalisme commercialo-propagandiste. Dans un

⁴ Lee Chin Chuan: *Money, Power and Media: Communication Patterns and Bureaucratic Control in Cultural China*, Evanston, IL: Northwestern University Press, 2000.

⁵ Media in China, *Westminster Papers in Communication and Culture (WPCC)*, Volume 3, Number 1, March 2006

⁶ Colomb Dominique, *L'essor de la communication en Chine*, L'Harmattan, Paris, 2000.

⁷ Zhao Yuezhi, *Media, Market and Democracy in China. Between the Party line and the bottom line*, University of Illinois Press, 1998.

second ouvrage paru en 2008, elle étend ses analyses à l'ensemble des aspects de la communication en Chine ⁸.

À côté de ses grandes analyses, une multitude de monographies, trop nombreuses pour être toutes évoquées, s'attachent à l'examen de publications particulières. Le le *Nanfang Zhoumo* (东方周末) de Canton, le plus célèbre des hebdomadaires chinois, a fait l'objet d'une étude sous l'angle de la publication de reportages d'investigation ⁹. Le *Huaxi Dushibao* (华西都市报) de Chengdu a été étudié en détail par Huang Chengju ¹⁰. D'autres études tentent de mettre à jour des tendances générales dans l'émergence des journaux commercialisés. Par exemple, Lee Hsiao-wen ¹¹ décrit les différences et les points communs entre ces derniers et la presse officielle. Ces études ont en commun de souligner l'ampleur des changements survenus dans la presse chinoise durant la dernière décennie sous l'effet de la commercialisation.

En contrepoint, de nombreuses études soulignent la permanence et le poids de la censure. La principale représentante de ce courant d'analyse est He Qinglian, une ancienne employée du département de la propagande de la ville de Shenzhen, près de Hong Kong, et un temps journaliste. Elle souligne le maintien des contrôles et combat les « *malentendus* » occidentaux au sujet de la libéralisation des médias chinois. Émigrée aux États-Unis en 2001, elle a écrit en 2003 pour l'association Human Rights Watch in China un rapport sur *Le contrôle des médias en Chine*. Elle a repris et développé ces éléments dans un

⁸ Zhao Yuezhi, *Communication in China. Political economy, power, and conflict*, Lanham, Rowman & Littlefield, 2008

⁹ Hong Bing, *Zhuanxing shehui zhongde xinwen shengchan - Nanfang Zhoumo gean yanjiu 1983-2001* (La production d'information dans une société en transition. Le cas du Nanfang Zhoumo 1983-2001), Shanghai, Université Fudan. À paraître.

¹⁰ Huang Chengju: « China's State-Run Tabloids: The Rise of "City Newspapers" », *International Communication Gazette*, vol. LXIII, n° 5, 2001, p. 435-450.

¹¹ Lee Hsiao-wen : « *The rise of tabloid press in China* », Intervention au séminaire Modernisation, modernité et les médias en Chine du China Media Centre de Westminster University, juin 2006.

livre paru en Chinois, en 2006, à Taiwan ¹² et en anglais en 2007 ¹³. Elle y décortique les lois et règlements qui limitent la production et la diffusion d'informations et détaille l'appareil de contrôle mis en place par le régime depuis 1949 à nos jours. Selon elle, « *la liberté de la presse en Chine ne se réalisera pas aussi longtemps que demeure en place le système politique construit sur la dictature du Parti communiste.* » ¹⁴ De son côté, grâce à l'examen d'articles parus dans une publication interne du Département de la propagande, Anne-Marie Brady ¹⁵ explique la façon dont opère le principal organisme chargé de surveiller et d'orienter le contenu des médias chinois. Autre auteur spécialisé dans l'examen de la censure chinoise, l'américain Ashley Esarey examine en particulier les relations conflictuelles entre les médias commercialisés et les autorités ¹⁶. Selon lui, les autorités renouvellent les formes de contrôle des médias, mais la commercialisation leur confère une réelle marge d'autonomie éditoriale.

Toutefois, les journaux commercialisés en particulier ne peuvent plus être analysés sous le seul angle du contrôle et de la censure. Comme le souligne David Bandurski, éditeur du site web du China Media Project, un centre de recherche consacré au journalisme chinois rattaché à l'université de Hong Kong, « *alors que les contrôles sont une réalité toujours présente en Chine, ils ne sont pas uniquement ou nécessairement la meilleure façon de décoder la complexité des médias chinois* » ¹⁷. Plus actuelle est la tâche d'examiner les relations entre

¹² He Qinglian : *Wusuo Zhongguo. Zhongguo dalu kongzhi meiti celüe da jiemi* (La Chine dans la brume. Révélation sur la politique du continent pour contrôler les médias), Taïpeh, 2006.

¹³ He Qinglian : *The fog of censorship. Media control in China*, HRIC, New York, 2007, p. xx.

¹⁴ He Qinglian, *ibidem*, p. xx.

¹⁵ Brady Anne-Marie : « *Guiding hand : the role of the CCP Central propaganda department in the current era* », *Westminster Papers in Communication and Culture - Media in China*, Volume 3, Number 1, March 2006, pp 58-77.

¹⁶ Esarey Ashley, *Cornering the market: State strategies for controlling China's commercial media*, *Asian Perspective*, Vol. 29, No.4, 2005, pp.37-83.

¹⁷ Bandurski David, « *Compte-rendu de lecture du livre de He Qinglian, Wusuo Zhongguo* »,

le Parti communiste, la commercialisation des médias et les journalistes :

*« L'étrange et intense triangle amoureux formé par le contrôle du Parti, le phénomène de commercialisation et du journalisme professionnel en Chine est une des énigmes clés sur laquelle doit se pencher tout chercheur dans le domaine des médias chinois. Comment concilier le désir d'indépendance dans le journalisme chinois - le reportage d'investigation, une diversité toujours plus grande de points de vue éditoriaux, etc. - avec un système draconien de censure ? »*¹⁸ En résumé, pour David Bandurski, *« Le contrôle des médias en Chine continentale est réel et parfois brutal. En tant que chercheurs dans le domaine des médias chinois, nous devons examiner attentivement l'évolution de la censure vers une subtilité et une efficacité croissantes. Mais on ne peut nier la vitalité des médias chinois aujourd'hui, qui évoluent et réservent toujours des surprises. Si tout ce que nous parvenons à voir, en scrutant le brouillard, n'est qu'un mélancolique alignement de plaques funéraires, il convient de se demander si le brouillard ne vient pas de nous. »*¹⁹

Une autre série d'études porte sur l'évolution des journalistes chinois. En effet, ceux-ci changent en même temps que les médias pour lesquels ils travaillent. Les employés des journaux commercialisés sont très différents de leurs confrères des médias officiels tel le *Quotidien du Peuple*. Ces différences concernent l'âge, la formation, le parcours professionnel. Ils touchent aussi à la conception de l'information et du travail des journalistes. Cette dernière évolution a été mise en évidence par Pan Zhondang et Chan Joseph Man, deux chercheurs de Hong Kong. Selon ces derniers, un changement de paradigme a lieu chez les journalistes chinois. Sur la base d'une étude auprès d'un millier de journalistes de Shanghai et de Hangzhou, ils constatent que les journalistes *« trouvent les médias d'élite étrangers plus proches de leur média idéal et*

dans *Perspectives chinoises*, 2008/1, p. 123.

¹⁸ Bandurski David, *ibidem*.

¹⁹ Bandurski David, *ibidem*.

situent les organes du Parti loin de cet idéal »²⁰. Ils ajoutent que « bien que la Chine soit loin d'être une démocratie, les réformes menées pour créer des marchés médiatiques et de consommateurs ont déclenché des forces de changements de paradigme qui érodent l'idéologie de la presse du Parti et, potentiellement, valorisent les canons du professionnalisme journalistique, comme l'objectivité et la liberté de la presse »²¹.

Le changement de paradigme n'oblitére pas l'existence de limites à l'action des journalistes. Outre les contraintes réglementaires et la censure qu'exerce le pouvoir, elles peuvent surgir de la commercialisation des médias qui conduit à favoriser des contenus et des modes de traitements spectaculaires et superficiels au détriment de l'enquête et du questionnement. Des observateurs soulignent la contradiction entre l'adhésion verbale des journalistes chinois aux canons du professionnalisme à l'égard du pouvoir et leur vénalité par rapport aux sources. Par ailleurs, au-delà des contraintes de la censure se pose la question du degré d'adhésion individuel aux limites fixées par le Parti communiste aux libertés de la presse et le délicat problème de l'autocensure. En raison de ces limites, Hugo de Burgh, directeur du China Media Center, le centre de recherche sur les médias chinois de l'université Westminster de Londres, qualifie le journaliste chinois d'« *oxymore* »²².

Ces limites à l'exercice du métier de journalistes expliquent aussi pourquoi la notion de champ journalistique développée par Pierre Bourdieu ne peut s'appliquer telle quelle en Chine. « *Un champ est un espace social structuré, un champ de forces – il y a des dominants et des dominés, il y a des rapports constants, permanents, d'inégalité qui s'exercent à l'intérieur de cet espace – qui est aussi un champ de luttes pour transformer ou conserver ce champ de*

²⁰ Pan Zhongdang, Chan Joseph Man, « Assessing Media Exemplars and Shifting Journalistic Paradigms: A Survey Study of China's Journalists », dans *International Communication Association*, 2003. p. 33.

²¹ Pan Zhongdang, Chan Joseph Man, *op. cit.*, p. 7.

²² Hugo de Burgh, *The Chinese Journalist. Mediating information in the world's most populous country*, 2003

forces. Chacun, à l'intérieur de cet univers, engage dans sa concurrence avec les autres la force (relative) qu'il détient et qui définit sa position dans le champ et, en conséquence, ses stratégies », affirme le sociologue ²³. Les journalistes forment un champ, selon Pierre Bourdieu. En tant que tel, ils bénéficient d'une autonomie, bien que limitée. Or en Chine, l'autonomie des journalistes est incomparablement plus réduite qu'en Occident où leur action bénéficie de droits alors qu'en Chine elle est sous le joug du pouvoir.

Si les observateurs s'accordent pour reconnaître l'ampleur des changements en cours dans la presse chinoise, leur finalité fait cependant débat. Trois thèses s'affrontent : les optimistes pensent que la concurrence entre les médias sape le contrôle idéologique du pouvoir, les pessimistes rappellent que la commercialisation des médias n'est pas synonyme de démocratisation, les partisans de la voie du milieu jugent que « *la libéralisation graduelle en Chine est de nature économique, mais ses conséquences pourraient finir par déborder dans l'arène politique* » ²⁴.

Nombreuses pour examiner les modalités de la censure, l'évolution des médias et des journalistes, les études sont en revanche quasi-inexistantes dans le domaine de la photographie d'actualité en Chine. Le manque d'intérêt porté à la photographie d'actualité contemporaine chinoise a de quoi surprendre quand on songe à son importance dans la presse commercialisée, en termes de contenu éditorial, d'espace occupé et d'argument commercial. Il est pourtant établi que les lecteurs de journaux regardent systématiquement la photo avant de lire le texte. Cet inintérêt surprend d'autant plus que le genre de la photographie documentaire chinoise fait l'objet d'un suivi attentif du monde des arts et des médias.

La préférence avec laquelle les analyses portent sur les textes publiés dans les journaux chinois et négligent les photos d'actualité rappelle le constat du

²³ Pierre Bourdieu, *Sur la télévision*, 1996, p. 46.

²⁴ Xin Xin, « Editorial », *Media in China*, dans *Westminster Papers in Communication and Culture*, Vol. 3, Number 1, March 2006, p. 3.

sociologue américain Howard Becker : « *Comme l'imagerie visuelle ne s'est pas inscrite dans la sociologie dès ces débuts (...), les sociologues, pour la plupart, n'y voient pas une obligation ; ils ne conçoivent guère d'usages légitimes pour le matériel visuel, hormis celui d'« aide pédagogique »* »²⁵. Le même raisonnement semble devoir s'appliquer aux spécialistes des média chinois pour qui seul le texte semble digne d'attention. Pourtant, comme le souligne Howard Becker, cartes, films, pièces de théâtre, romans, photographie, etc., « *toutes ces représentations donnent une image partielle de la réalité, mais néanmoins adéquate à une finalité donnée. Toutes ces représentations sont créées dans un cadre organisationnel, qui impose des contraintes sur ce qui peut être fait, et qui définit les objectifs que le produit doit satisfaire.* »²⁶ Cette méthode fixe à l'observateur le devoir de prendre au sérieux la représentation de la réalité que donne la photographie d'actualité dans le *Dongfang* tout en éclairant ses contraintes.

Quelques travaux pionniers existent cependant. Par exemple, Dave Clark poursuit une étude sur la photographie d'actualité au temps de la famine du Grand bond en avant²⁷. Constatant l'inexistence de photos de la famine alors que des dizaines de millions de personnes sont mortes de faim, il tente d'en comprendre les raisons. Il aboutit à une combinaison de facteurs : « *les photographes non-gouvernementaux craignaient d'être surpris en train de prendre des photos de famine, les ressources étaient contrôlées et limitées à cette époque, mais le facteur de loin le plus important était l'absence de culture photographique pour prendre ces images.* »

En Chine même, les livres sur la photographie d'actualité sont assez nombreux, mais ils relèvent davantage de la description d'un univers professionnel que de

²⁵ Howard Becker : *Comment parler de la société. Artistes, écrivains, chercheurs et représentations sociales*, Paris, La Découverte, 2009, p. 202.

²⁶ Howard Becker, *op. cit.*, p. 18.

²⁷ Dave Clark : « China, photography and famine: a critical investigation into the development of chinese photographic culture and its representation of the period 1958-62. » PhD, 2004.

son analyse. Par exemple, des responsables d'agences photos chinoises, à cheval entre la production et l'édition des photos d'actualité, publient des livres d'introduction aux métiers du photojournalisme. Chai Jijun ²⁸, patron de l'agence CFP, et Zeng Huang ²⁹, dirigeant de l'agence China Features ont chacun écrit un livre qui décrit le contexte économique et technique du photojournalisme dans la Chine contemporaine.

Sous la direction de Chen Xiaobo, journaliste à Chine nouvelle et directeur de l'Association des photographes chinois, a été publié un ouvrage collectif sur 50 années de photographie en Chine qui comporte aussi des articles sur le photojournalisme ³⁰. Enfin, en 2008, Gan Xianfeng, professeur à l'université Fudan de Shanghai, a publié une histoire de la photographie d'actualité en Chine ³¹. Malgré l'intérêt des ouvrages parus en Chine, il est remarquable qu'aucun d'entre eux n'évoque les événements de 1989 et encore moins ne publie la photo de « l'homme-char ». Symptomatique, cette lacune jette une ombre sur ces travaux car elle indique que leurs auteurs ont évité de traiter des relations brûlantes et pourtant essentielles entre la photographie d'actualité et la politique contemporaine chinoise.

C. La polysémie photographique

1) La photographie comme trace du réel

Si la presse aime tant recourir à la photographie, c'est en raison d'une particularité qui la distingue des autres types d'images, comme le dessin ou la

²⁸ Chai Jijun, *Photojournalisme (Tupian baodao)*, 2006.

²⁹ Zeng Huang, Ren Yue : *Le manuel de l'édition photo (Tupian bianji shouce)*, 2005.

³⁰ Chen Xiaobo, eds : *Photographier la Chine. 50 ans de photographie en Chine (Sheying zhongguo. Zhongguo sheying 50 nian)*, Beijing, 2006.

³¹ Gan Xianfeng : *Histoire de la photographie d'actualité en Chine (Zhongguo xinwen sheying shi)*, Beijing, 2008.

gravure, comme du texte : elle est une trace physique de quelque chose qui a vraiment été. Indice, trace, empreinte : différents termes rendent compte de cette particularité physique de l'image photographique qui lui confère un caractère objectif. Selon la célèbre formule de Roland Barthes, la photographie donne à voir le « *ça a été* »³². De façon plus prosaïque, Jean-Marie Schaeffer explique que « *l'image photographique est le résultat d'une interaction purement matérielle entre deux corps physiques, effectuée par l'intermédiaire d'un flux photonique. L'effet de cette interaction est une trace visible pour l'homme.* »³³ Cette particularité physique confère à la photographie une valeur de preuve que ne possèdent pas les autres types d'images. Comme le dit Roland Barthes, la photographie « *est l'authentification même* », « *ce qu'on voit sur le papier est aussi sûr que ce qu'on touche* »³⁴.

Alors que le texte peut-être soupçonné de ne décrire que de façon partielle la réalité ou de la déformer, la photographie prétend montrer directement au moins une portion d'un événement tel qu'il a été. Vincent Lavoie explique par « *la véracité communément accordée à la photographie* »³⁵ son émergence dans la presse des années 1920 aux États-Unis, notamment pour couvrir les faits divers. « *L'introduction de la photographie dans les journaux, et de préférence le recours à des images prises sur le vif, restaure pour ainsi dire la crédibilité de la presse, même s'il arrive que l'objectivité de la photographie soit remise en cause. Ce que la photographie apporte en fait, c'est une nouvelle forme de crédibilité journalistique fondée à la fois sur les propriétés indicielles du médium, sur la fonction testimoniale du photographe, sur la valeur pédagogique du message, enfin sur une rhétorique de la violence* », souligne-t-il³⁶.

³² Roland Barthes, *La chambre claire. Note sur la photographie*, 1980, p. 176.

³³ Jean-Marie Schaeffer, *L'image précaire. Du dispositif photographique*, 1987, p. 20.

³⁴ Roland Barthes, *op. cit.* p. 136.

³⁵ Vincent Lavoie, *L'instant-monument*, 2001, p. 19.

³⁶ Vincent Lavoie, *ibidem*.

Le fait que la photographie attire en priorité l'œil du lecteur contribue aussi à son succès. Gisèle Freund rappelle que « *L'image est facile à comprendre et accessible à tout le monde. Sa particularité consiste à s'adresser à l'émotivité ; elle ne laisse pas de temps à la réflexion et au raisonnement comme une conversation ou la lecture d'un livre. C'est dans son immédiateté que réside sa force et aussi son danger.* »³⁷ La photographie, surtout d'ordre spectaculaire, constitue un outil efficace pour séduire les consommateurs. Elle joue un rôle important dans ce contexte alors que les médias sont en permanence tiraillés entre les deux visées d'information pour éclairer le citoyen et de captation pour « *produire un objet de consommation marchande selon une logique commerciale* », selon Patrick Charaudeau³⁸.

Depuis la fin du XXe siècle, l'étude scientifique des comportements de lecture des journaux à l'aide de la technique d'observation par laser des mouvements de l'œil confirme le savoir pragmatique des éditeurs : sur une page de journal, l'œil du lecteur fixe d'abord la photographie, puis les titres et ensuite seulement les articles. Dans une synthèse de nombreuses études réalisées à ce sujet, Kenneth Holmqvist et Constanze Wartenberg soulignent que « *les images attirent nettement plus tôt l'attention que les zones sans images. La domination des images constitue sans doute le résultat le plus stable dans toutes les études d'enregistrement de la vision menées sur la lecture de journaux* »³⁹. L'impact de l'image est d'autant plus fort quand elle est valorisée par la mise en page.

2) La photographie comme porteuse de signes

Pourtant, même si elle se présente sous un jour objectif et contribue à la crédibilité de l'information publiée, la photographie est avant tout œuvre

³⁷ Gisèle Freund, *Photographie et société*, 1974, p. XX

³⁸ Patrick Charaudeau, *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, 2005, p. 70.

³⁹ Kenneth Holmqvist – Constanze Wartenberg, *The role of local design factors for newspaper reading behaviour – an eye-tracking perspective*, 2005, <http://www.lucs.lu.se//LUCS/127/LUCS.127.pdf>, p. 15.

humaine et subjective. « *L'image photographique, même à dire qu'elle est une trace (et non une construction faite à partir de traces photographiques disparates), ne peut pas être le simple reflet transparent de ce qui s'est produit. Elle est toujours l'image choisie par quelqu'un ; photographeur, c'est cadrer, et cadrer, c'est exclure* », rappelle Susan Sontag⁴⁰. Le propos s'applique tout autant aux personnes qui interviennent sur une photographie à l'occasion de sa publication par un média. Elles aussi procèdent à des choix, donc à d'autres exclusions, lorsqu'elles sélectionnent une photographie parmi des dizaines ou des centaines d'autres et la mettent en page d'une certaine façon. Ainsi, la réalisation d'une image d'actualité, sa sélection et sa publication correspondent à une multiplicité de choix qui participent à la construction de l'information. Les journalistes revendiquent des critères professionnels, notamment la rapidité et la proximité de l'information, pour justifier leurs choix. Mais ils sont tout autant guidés par des valeurs culturelles, économiques et politiques. « *Les médias ne transmettent pas ce qui se passe dans la réalité sociale, ils imposent ce qu'ils construisent de l'espace public* », corrige Patrick Charaudeau⁴¹. L'information « *construit une vision, un sens particulier du monde. Même l'image que l'on croyait la plus apte à refléter le monde tel qu'il est a sa propre opacité que l'on découvre de façon patente lorsqu'elle produit des effets pervers (images de l'humanitaire) ou se met au service du faux (Timisoara, le cormoran de la guerre du Golfe). Son idéologie du "montrer à tout prix", du "rendre visible l'invisible" et du "sélectionner ce qui est le plus frappant" (les trains qui n'arrivent pas à l'heure) lui fait construire une vision adéquate à ses objectifs mais bien éloignée d'un reflet fidèle.* »⁴²

La distinction entre signifiant de dénotation et de connotation telle que la propose Roland Barthes dans son article « Rhétorique des images » traduit la dualité de niveaux de signification de la photographie. Le signifiant de

⁴⁰ Susan Sontag, *Devant la douleur des autres*, 2003, p. 54

⁴¹ Patrick Charaudeau, *op. cit.*, p. 12.

⁴² Patrick Charaudeau, *op. cit.*, p. 12.

dénotation est l'objet représenté par la photographie ; le signifié de connotation est le concept auquel cet objet renvoie. « *L'image ne se signifie pas elle-même comme objet du monde mais s'appuie sur un premier niveau de signification (...) pour signifier autre chose à un deuxième niveau* », soutient Martine Joly⁴³. Ce deuxième niveau de signification de la photographie est ancré dans les signes dont elle est le support. « *La notion de signe est capitale pour comprendre le fonctionnement des messages visuels, pour continuer à distinguer l'image de la chose, à l'admettre comme une construction socio-culturellement codée de propositions d'inférences et d'interprétation* », selon Martine Joly⁴⁴. Pour sa part, Eliseo Véron distingue deux temps dans la lecture des photographies. D'abord celui qui s'appuie sur la « *spécificité purement technique de la photographie : cette causalité indicielle impliquée dans la captation à un instant donné et à jamais perdu, de la lumière provenant de l'objet.* »⁴⁵. Pour cette raison, « *on peut dire qu'une photographie est ce qui reste de l'objet ou de la scène représentée* ». Mais, dans un deuxième temps, « *ce "reste" va s'historiciser et se socialiser progressivement, sous la forme d'une multiplicité d'opérations (...).* »⁴⁶

C'est à ce stade que la sémiologie intervient. Selon Martine Joly, « *l'analyse sémiologique des messages visuels (...) consiste donc à repérer les différents types de signes mis en jeu et à déduire, à partir de leur organisation réciproque, une interprétation globale acceptable par un groupe d'observateurs donné.* »⁴⁷ Selon elle, le travail du sémiologue revient à « *décrypter* » le « *discours secret* » de la photographie⁴⁸.

L'interprétation d'une photographie n'est toutefois jamais automatique ou

⁴³ Martine Joly, *L'image et les signes*, 1994, p. 134.

⁴⁴ Martine Joly, *op. cit.*, p. 130.

⁴⁵ Eliseo Véron, « De l'image sémiologique aux discursivités », dans *Hermès* 13-14, 1994, p. 55.

⁴⁶ Eliseo Véron, *ibidem*, p. 55.

⁴⁷ Martine Joly, *op. cit.*, p. 131.

⁴⁸ Martine Joly, *op. cit.*, p. 136.

linéaire. Entre l'intention du photographe qui prend un cliché et l'usage qu'en fait un média il peut y avoir distorsion. De même que le public peut interpréter une photographie dans un autre sens que celui espéré par un média. Enfin, une photographie peut comporter une multiplicité de signes et exprimer une polysémie. Par ailleurs, toute photographie est vue par des personnes aux savoirs, aux mémoires, aux niveaux de concentration variables. Ces paramètres déterminent la façon dont une même photo peut être vue différemment. « *La réception des images dépend essentiellement de notre savoir du monde, toujours individuel, différent d'une personne à l'autre (...)* », souligne Jean-Marie Schaeffer⁴⁹. « *Une photographie n'est pas la même suivant les contextes dans lesquels elle est vue* », dit Susan Sontag⁵⁰. La photographe américaine estime que « *bien que l'événement en soit venu à se définir, précisément, comme ce qui mérite d'être photographié, c'est l'idéologie (au sens le plus large du terme) qui continue de déterminer ce qui constitue un événement. Il ne peut y avoir de preuve, photographique ou autre, d'un événement, tant que l'événement lui-même n'a pas été nommé et défini. Et ce n'est jamais la preuve photographique qui peut construire - plus exactement : identifier - des événements ; elle apporte toujours sa contribution après que l'événement a été nommé. Ce qui conditionne la possibilité d'être affecté au niveau moral par des photographies, c'est l'existence d'une conscience politique à leur sujet.* »⁵¹

Patrick Charaudeau résume la problématique : « *L'image nous rendrait la réalité telle qu'elle existe (...). On peut contester cette transparence, mais il est difficile d'aller contre cette croyance populaire dont nous sommes tous partie prenante : l'image reproduit fidèlement la réalité. Mais l'image produit également un effet d'évocation. Elle déclenche dans notre mémoire personnelle et collective des souvenirs d'expériences passées sous la forme d'autres images (...). Ce pouvoir d'évocation de l'image vient perturber son effet de*

⁴⁹ Jean-Marie Schaeffer, *op. cit.*, p. 108.

⁵⁰ Susan Sontag, *Sur la photographie*, 1993, p. 131.

⁵¹ Susan Sontag, *op. cit.*, p. 32-33.

*transparence, car on voit que nous interprétons et ressentons celle-ci, à la fois, selon la façon dont elle nous est montrée et selon ce qu'est notre propre histoire individuelle et collective »*⁵².

Observateur de la photographie d'actualité, Frédéric Lambert estime que « *la photographie de presse nous permet d'entretenir une relation avec le monde. Cette relation privilégiée que la photographie de presse nous permet d'entretenir avec l'image que nous nous faisons de la réalité n'en demeure pas moins motivée par une volonté d'ordre et d'organisation. Il faut nous défendre de ce que la société produit comme désordre (guerres, conflits sociaux, criminalité) occasionnés par les rapports qu'entretiennent les hommes entre eux.* »⁵³ Selon Frédéric Lambert, le travail de sélection et de publication de photographies d'actualité par les médias revient à produire une mythographie : « *La photographie de presse est un objet moderne, elle court derrière le bruit que fait l'événement quand il bouleverse la société. C'est aussi une écriture archaïque, un "théâtre primitif", qui participe à la répétition et à la création des mythes d'une société, de ses croyances et de sa culture.* »⁵⁴ Ces mythographies relient les membres d'une société entre eux en réactivant toujours les mêmes thèmes, par exemple la patrie, la peur, le désir, etc. Elles ne se révèlent pas au public comme telles, mais se présentent masquées : « *L'habileté de la photographie de presse, c'est de cacher derrière l'analogie qui nous montre la vérité, un langage si profondément ancré dans notre mémoire et dans le système dans lequel nous vivons, que nous le consommons comme du "naturel" sans le lire.* »⁵⁵ Seule l'acquisition par les lecteurs d'une culture de l'image et un travail de décryptage sémiologique de la photographie peut mettre à jour le deuxième sens de l'image caché derrière son apparence première. Ce travail est essentiel car « *lire une photographie de presse comme une mythographie, c'est découvrir*

⁵² Patrick Charaudeau, *op. cit.*, p. 214.

⁵³ Frédéric Lambert, *Mythographies. La photo de presse et ses légendes*, 1986, p. 176.

⁵⁴ Frédéric Lambert, *ibidem*, p. 8.

⁵⁵ Frédéric Lambert, *ibidem*, pp. 177-178.

en elle le système de valeur qu'elle vient reproduire pour le perpétuer », conclu Frédéric Lambert ⁵⁶.

D. Le corpus

Un corpus hétérogène sert de base à l'analyse de la photographie d'actualité dans le *Dongfang*. Il est composé de quatre éléments : des photographies, des textes, des discours, des actions.

Cette démarche satisfait une recommandation de Patrick Charaudeau qui « *exige que le discours médiatique soit étudié dans un cadre où seront mis en regard les sens issus de la structuration du texte et les discours de représentation qui circulent dans le lieu de production, ainsi que ceux qui caractérisent le lieu et les conditions de réception, ces deux types de discours de représentation constituant les imaginaires socio-discursifs qui alimentent et rendent possible le fonctionnement de la machine médiatique.* » ⁵⁷

1) Les pages de couverture du *Dongfang*

328 pages de couverture du *Dongfang* ont été collectées. Elles proviennent de deux sources : d'une part, le téléchargement quotidien de la page de couverture au format PDF sur le site web du *Dongfang* ⁵⁸ ; d'autre part, la mise à disposition par le journal de ses archives électroniques.

Depuis Strasbourg, le téléchargement quotidien de la version PDF de la page de couverture sur le site web du *Dongfang* a commencé en juin 2005 pour se poursuivre jusqu'en octobre 2007. Cette méthode a pour avantage de pouvoir s'effectuer depuis la France, mais elle se heurte à des limites : le fichier PDF

⁵⁶ Frédéric Lambert, *ibidem*, p. 20.

⁵⁷ Patrick Charaudeau, *op. cit.*, p. 19.

⁵⁸ www.dfdaily.com

n'est parfois pas présent sur le site internet du journal parce qu'il n'a pas été réalisé ou parce qu'il n'a pas été archivé, notamment pour les éditions des week-ends.

L'essentiel des lacunes a pu être comblé par deux moyens. D'une part, par la mise à disposition, en octobre 2005, d'une copie des archives numériques du journal à cette date. Elle comporte les Unes et les pages intérieures du *Dongfang* depuis les numéros d'essai de mai 2003 jusqu'en octobre 2005. D'autre part, une éditrice photo a effectué une recherche dans ses archives personnelles pour retrouver les éditions manquantes après octobre 2005.

Au final, 328 pages de couverture des mois de juillet, août, septembre et octobre des années 2003, 2005 et 2007 du *Dongfang* ont été récupérées. 35 éditions n'ont pu être récupérées : 17 de 2003, 10 de 2005 et 8 de 2007. Soit un taux d'échec de moins de 10%.

L'échantillon comprend :

- 100 pages de couverture de 2003, à partir du premier numéro du journal le 7 juillet : 17 numéros de juillet, 27 numéros d'août, 27 numéros de septembre, 29 numéros d'octobre ;
- 113 pages de couverture de 2005 : 31 numéros de juillet, 25 numéros d'août, 29 numéros de septembre, 28 numéros d'octobre ;
- 115 pages de couverture de 2007 : 23 numéros de juillet, 31 numéros d'août, 30 numéros de septembre, 31 numéros d'octobre.

Cet échantillon est représentatif en terme quantitatif car il porte sur un total de 12 mois de l'activité du journal, soit un quart de ses pages de couverture sur les années prises en compte. L'échantillon est homogène puisque les mêmes mois sont étudiés durant chaque année retenue. Enfin, l'échantillon se prête à la comparaison dans le temps puisque les trois années étudiées sont chacune séparées par une année.

Ces pages de couverture comportent un total de 1244 photos, à raison de 460 en 2003, 562 en 2005 et 222 en 2007. Rapporté au nombre d'éditions récupérées

chaque année, la moyenne d'articles avec photos publiés par jour est de 4,6 en 2003, 5 en 2005 et 1,9 en 2007.

Le nombre total d'articles sans photos est de 1001, à raison de 300 en 2003, 321 en 2005 et 389 en 2007. Rapporté au nombre d'éditions récupérées chaque année, la moyenne des articles sans photos publiées par jour est de 3 en 2003, 2,8 en 2005 et 3,4 en 2007.

Par conséquent, la page de couverture du *Dongfang* comporte en moyenne 7,6 entrées en lecture en 2003, 7,7 en 2005 et diminue en 2003 pour atteindre 5,3.

2) Des séjours au sein de la rédaction

Quatre séjours au sein de la rédaction du journal ont pu être organisés. L'un n'a duré que deux jours, les autres près d'une semaine chacun.

Le premier séjour a eu lieu les 19 et 20 octobre 2005. Le séjour du 8 au 23 janvier 2007 a été financé par une bourse de terrain du Centre d'études français sur la Chine contemporaine (CEFC) de Hong Kong. Le troisième séjour a eu lieu du 19 au 26 août 2007, le quatrième en mai 2008.

Les séjours sont l'occasion d'assister à des conférences de service et à des conférences de rédactions, de suivre des photographes dans leur journée de travail, d'observer le travail d'éditeurs photos. Ils permettent aussi de constater le rythme et les conditions matérielles de travail.

3) Les entretiens avec des professionnels

Un total de 41 entretiens a eu lieu entre mai 2005 et mai 2009, dont 25 avec 13 employés du *Dongfang* : 7 photographes, 4 éditeurs photo, un vice rédacteur en chef et un directeur administratif. Les 16 autres entretiens ont eu lieu avec 6 professionnels du photojournalisme et des universitaires spécialisés dans l'étude de la presse de Shanghai.

Avec l'accord du chef du Centre visuel, les photographes et éditeurs photos se

sont vus remettre un questionnaire préalable aux entretiens. Ce questionnaire portait sur l'identité, l'origine, la formation, les séjours à l'étranger, l'expérience professionnelle, le recrutement par le journal. En dernier lieu, le questionnaire demandait si l'interlocuteur acceptait de participer à un entretien individuel (voir annexes). Au total, 12 employés du service ont rempli et retourné le questionnaire : le chef du Centre visuel, 7 photographes, 4 éditeurs photos. Toutes acceptaient le principe d'un entretien individuel.

Il était prévu que les questions suivantes soient posées lors des entretiens :

- Quel est votre parcours professionnel ?
- Pourquoi êtes-vous venu travailler au *Dongfang Zaobao* ?
- Pourquoi êtes-vous devenu photojournaliste ou éditeur photo ?
- Quelle mission fixez-vous à votre travail dans le *Dongfang Zaobao* ?
- Êtes-vous membre du parti communiste ou bien d'une autre organisation ?
- Pensez-vous rester dans le journal ou bien le quitter prochainement ?
- Quelle est votre salaire et votre statut ?
- Selon vous, quelles améliorations le *Dongfang Zaobao* devrait-il apporter à son travail ?

Tous les premiers entretiens avec des journalistes du *Dongfang* ont été menés sur un mode semi-directif tandis que les discussions avec des professionnels du photojournalisme chinois et des universitaires ont été non-directifs. Cette différence d'approche s'explique par la volonté d'aborder avec les journalistes des thèmes fixés à l'avance lors de la préparation d'un guide d'entretien. Ce dernier comportait les thèmes suivants : la formation académique, la naissance de l'intérêt pour la photographie, l'arrivée et le recrutement au *Dongfang*, la description du travail, les changements survenus au journal, la rémunération, la définition d'un idéal photographique. Les thèmes étaient organisés du plus personnel au plus général dans l'espoir que la présentation des biographies libérerait plus facilement la parole. Le début de l'entretien est toujours consacré à une présentation du travail de recherche et à une question très large sur l'intérêt

ou non de réaliser une telle étude. Puis est introduite la première question du guide d'entretien à laquelle la personne interrogée est libre de répondre comme elle l'entend. À l'obtention de la réponse complète, elle est synthétisée pour vérifier l'accord de la personne, puis la prochaine question est introduite, etc. La personne interrogée est laissée libre d'aborder spontanément une question non prévue ou bien de les traiter dans un autre ordre que celui envisagé initialement. En cas de difficulté à répondre à une question, elle est laissée de côté, au moins provisoirement.

Cinq personnes ont été interrogées à répétition, à plusieurs années d'intervalle. Dans ces cas, les entretiens furent en partie non-directifs et semi-directifs. Non-directifs car les journalistes abordaient spontanément certains thèmes d'actualité et de travail dans le journal ou bien questionnaient l'enquêteur sur son interprétation de points d'actualité et son évaluation du *Dongfang*. Semi-directifs dans la mesure où chaque nouvelle rencontre a été l'occasion de présenter aux interlocuteurs des résultats tirés de l'exploitation statistique de la base de données afin de solliciter leurs réactions.

L'étalement des échanges sur une longue période a facilité l'instauration d'un climat de confiance. Recherché, ce climat a été favorable aux discussions car, à partir de la deuxième rencontre, les interlocuteurs répondaient plus spontanément aux questions et se mirent à livrer des confidences. Chaque nouvelle rencontre permettait ainsi de poursuivre et d'approfondir la précédente discussion.

Tous les entretiens avec les journalistes du *Dongfang* ont été menés en chinois, dans la plupart des cas avec l'aide d'une traductrice chinoise. Les entretiens avec des professionnels du photojournalisme et des universitaires ont été menés soit en anglais, soit en chinois. Dans ce dernier cas, toujours accompagné d'une traductrice chinoise. Certains entretiens avec les journalistes ont été organisés en dehors du journal pour assurer la confidentialité des discussions quand des thèmes sensibles devaient être abordés.

L'anonymat a été proposé à tous les journalistes interrogés et tous ont accepté de s'exprimer publiquement. Cependant, certaines déclarations sensibles resteront anonymes pour éviter tout désagrément à leurs auteurs.

4) Les éléments complémentaires

Quatre séries de matériaux complémentaires ont pu être recueillies.

a) Des documents internes du journal

À l'occasion de séjours au sein de la rédaction il a été possible d'accéder à des documents internes au Centre visuel du *Dongfang* :

- la Charte visuelle édictée par le journal pour les membres du Centre visuel
- des statistiques hebdomadaires sur l'origine des photos publiées par le journal
- des notes de travail quotidien des éditeurs photos.

b) Une enquête auprès des kiosques à journaux

Une enquête auprès de 35 kiosques à journaux de différents quartiers des Shanghai a été menée en deux temps par Wu Xia, étudiante au Département arts et communication de l'université Tongji.

Les mêmes kiosques ont été interrogés en juillet 2006 et janvier 2007 afin de connaître leur chiffre de ventes de journaux et l'évolution de celles du *Dongfang*.

c) Un sondage qualitatif auprès de lecteurs

Un sondage qualitatif auprès de 20 consommateurs d'information de Shanghai a été réalisé entre novembre 2008 et mars 2009 par Chen Mengshu, étudiante au Département arts et communication de l'université Tongji.

Interrogées de façon anonyme, les personnes correspondent à la cible commerciale du journal : plus de 35 ans, masculin en majorité, occupant des fonctions de cadres moyens et supérieurs, disposant d'un revenu supérieur à la moyenne.

L'échantillon comporte 12 hommes et 8 femmes, toutes de Shanghai. Un quart d'entre elles ont entre 20 et 29 ans, la moitié entre 30 et 39 ans, un quart entre 40 et 49 ans. Il est composé de 2 fonctionnaires, 5 employés d'organismes publics, 13 cadres d'entreprises. Les entretiens ont été menés en novembre et décembre 2008 et mars 2009 dans les quartiers de Xujiahui, Wujiaochang, Nanjing Xilu. Ils ont eu lieu dans la rue, soit au pied d'immeubles à l'heure de sortie des bureaux ou bien près de kiosques à journaux. Chacun a duré environ 15 minutes. Chaque personne s'est vue posée 12 questions :

1. Avez-vous tous les jours besoin de connaître l'actualité ?
2. Quels médias consultez-vous pour connaître l'actualité ?
3. Quel genre d'information avez-vous besoin ou envie de connaître ? Pourquoi ?
4. Est-ce que vous trouvez les informations qui vous intéressent ?
5. Quelles informations ne trouvez-vous pas alors que vous avez envie de les connaître ?
6. Lisez-vous le *Dongfang* ?
7. Achetez-vous le *Dongfang* ?
8. Le *Dongfang* vous donne-t-il les informations qui vous intéressent ?
9. Quelle est votre impression générale sur le *Dongfang* ?
10. Etes-vous intéressés par les photos d'actualité des journaux ? En êtes-vous satisfait ?
11. Etes-vous intéressés par les photos d'actualité du *Dongfang* ? En êtes-vous satisfait ?
12. Quelles genres de photos espérez vous voir dans le journal ?

d) Une chronologie détaillée

Un relevé détaillé de l'actualité chinoise et internationale doit permettre d'examiner si le *Dongfang* rend compte de façon exhaustive des principaux événements sur sa page de couverture ou bien s'il évite d'en traiter certains. Le relevé d'événements couvre la période du 1er juillet au 31 octobre 2005. Il comporte 61 entrées d'actualité chinoise et 50 d'actualité internationale. Réalisé depuis la France, il n'intègre pas l'actualité de la ville de Shanghai. Les événements concernant Taiwan sont classés dans l'actualité chinoise et ceux impliquant une relation sino-étrangère sont rangés dans l'actualité internationale.

E. Les techniques d'analyses

La constitution d'un corpus hétérogène permet le recours à une multitude de techniques d'analyses. La complémentarité des approches rend possible un dialogue entre différents niveaux d'analyses. Les résultats et l'interprétation d'un élément du corpus peuvent être confirmés, nuancés, complétés par ceux des autres éléments et ainsi nourrir un questionnement croisé. Ils peuvent aussi mettre à jour des décalages entre la pratique et les discours, entre la réalité et l'idéal, par exemple entre le type de photographies publiées et les ambitions professionnelles affichées par les journalistes. Ainsi, chaque élément du corpus met à jour une facette de la réalité de la publication d'images d'actualité par le *Dongfang*, quand aucun ne peut la contenir en son entier. À l'instar de Claire Oger et Caroline Ollivier-Yaniv, spécialistes de l'analyse de discours, « *Notre démarche repose donc sur un refus de la fracture entre l'ordre du faire, l'ordre*

*du dire et l'ordre du dire sur le faire (...) »*⁵⁹. Il convient de « *considérer ces corpus hétérogènes comme des assemblages de matériaux discursifs qui permettent de rendre compte des différents “cercles de l’institution”* »⁶⁰. La démarche participe ainsi d'une approche sémio-discursive. Elle s'efforce de mettre en regard le sens des photographies publiées par le *Dongfang* et le discours de légitimation tenue par ses journalistes.

Trois techniques d'analyses sont utilisées : l'exploitation statistique d'une base de données, des séjours dans la rédaction en observation participante, une analyse de discours des journalistes recueillis lors d'entretiens. La première technique s'appuie sur des éléments quantitatifs tandis que les deux autres abordent les questions sous un angle qualitatif.

L'ordre d'enchaînement des techniques d'analyse se justifie par le fait que la présentation à un public d'informations relatives à l'actualité est la marque distinctive du métier des journalistes. Le discours professionnel des journalistes tournerait à vide pas s'il n'y avait pas diffusion d'informations sur un support.

1) L'exploitation statistique de la base de données

Inspirée de la sémiologie, la première approche s'attache aux contenus et aux sens des photos publiées par le *Dongfang*. Quelles photos le journal publie-t-il en Une et comment les met-il en page ? Quel sens donne-t-il à l'actualité à travers son processus d'appropriation et de sélection des photos ?

a) L'organisation de la base de données

Dans un premier temps, les photos ont été classées selon des critères objectifs : rubriques, dates, origines, etc. Dans un second temps, les figures apparaissent,

⁵⁹ Claire Oger, Caroline Ollivier-Yaniv, « Analyse du discours et sociologie compréhensive. Retour critique sur une pratique de recherche transdisciplinaire », dans Bonnafous Simone, Temmar Malika, *Analyse du discours et sciences humaines et sociales*, 2007, p. 43.

⁶⁰ Claire Oger, Caroline Ollivier-Yaniv, *op. cit.*, p. 45.

fruits d'une interprétation personnelle, intuitive, des photos. Six figures émergent : une Chine harmonieuse, des risques naturels, une direction éclairée, un monde violent, une fascination pour les États-Unis et pour Hong Kong, des héros.

En outre, à fins de comparaisons avec le *Dongfang*, les pages de couverture de ses modèles étrangers (*Guardian* et *South China Morning Post*) et d'autres journaux de Shanghai (*Xinwen Chenbao* et *Jiefang Ribao*) ont aussi été recensées soit par téléchargement, soit par achat en kiosque.

Après traduction, les éléments d'informations des pages de couverture du *Dongfang* ont été introduits dans le logiciel de création et de gestion de base de données FileMaker.

La base de données est organisée pour renseigner les principales caractéristiques de la page de couverture du journal : date et jour de la semaine, photo principale, photos du bandeau, autres photos. Relatives aux images, ces entrées sont complétées par une autre consacrée aux éléments textuels : les traductions des titres de photos et des articles sans photo.

Chaque entrée fait à son tour l'objet d'un découpage. Ainsi, chaque photo est-elle décrite en fonction des deux catégories « description générale » et « contenu ». Ces deux catégories sont elles mêmes sous-divisées en 15 paramètres.

Les 8 paramètres de « description générale » sont :

- le statut : la photo est-elle ou non indépendante du titre principal ?
- le type d'image : s'agit-il d'une photo, d'une infographie, d'un dessin ?
- l'origine : l'image provient-elle du journal, de Xinhua, d'autres agences de presse, d'autres journaux chinois ?
- l'emplacement : l'image est-elle placée en tribune de page, en sous-tribune, au centre, en bas de page ?
- le format : l'image est-elle verticale, horizontale, carrée ? Est-elle détournée ?

- la prise de vue : la photo a-t-elle été prise de face, en contre-plongée, en plongée ? Les personnages ont-ils été saisis, de profil, de biais, de dos ?
- le type d'information : s'agit-t-il d'une image testimoniale ou d'archives ?
- le genre : s'agit ou non d'une image spectaculaire ?

Les 7 paramètres de « contenu » sont :

- la rubrique : la liste reprend les intitulés du journal et y ajoute des compléments permettant d'affiner le classement.
 - les rubriques du journal : Chine, Culture, Delta, Economie, Finances, Métropole, Sports, International
 - les rubriques complémentaires : Conquête spatiale Chine, Conquête spatiale étranger, International-Chine, Météo, Météo étranger, Sciences Chine, Sciences étranger, Taiwan
- accident : l'image représente-t-elle un accident d'avion, industriel, minier, de santé publique, de train et métro, de voiture ?
- catastrophe : l'image montre-elle un attentat, une épidémie, un incendie, une inondation, une guerre, une pollution, un tremblement de terre, une tempête, un tsunami
- sexe : l'image présente-t-elle un homme, une femme, un homme et une femme ?
- stars : la personne représentée est-elle une star du show business, du sport ?
- acteurs : les personnages représentés sont-ils des dirigeants (américains, chinois, coréens européens, étrangers, français, hongkongais, japonais, russes, taiwanais), sont-ils des exécutants (chinois, étrangers), font-ils partie de la société civile (chinoise, étrangère, hongkongaise, taiwanaise) ?
- professions : la personne représentée exerce-t-elle un des métiers ou une des fonctions suivants : artiste, astronaute, commerçant, dirigeant politiques, dirigeant d'entreprise, enseignant, élève ou étudiant, employé, fonctionnaire, intellectuel, journaliste, juriste, médecin ou infirmier, militaire, mineur, ouvrier, paysan, policier, scientifique, secouriste, sportif, touriste.

Les paramètres « acteurs » et « professions » peuvent faire l'objet de plusieurs renseignements pour tenir compte de la présence de plusieurs personnes sur une image. Par exemple, une rencontre entre les présidents chinois et américains est enregistrée deux fois, une première fois comme « dirigeant chinois » et la deuxième fois comme « dirigeant américain ».

Dans un premier temps, les données sont exportées vers le logiciel Excel où elles apparaissent sous la forme d'un tableau. Dans Excel, les paramètres sont croisés en fonction des hypothèses de travail grâce à l'outil « Rapport de tableau croisé dynamique ». Par exemple, pour connaître la répartition des photos principales selon les rubriques du journal, on croise les renseignements des paramètres « Année » et « Rubriques ». Dernière étape, Excel propose une représentation graphique du résultat de la requête, sous forme de barre, de courbe, d'histogramme, etc.

b) L'exploitation de la base de données

L'analyse sémiologique peut s'effectuer sur chaque photographie individuellement. Mais sa portée est plus grande si elle s'inscrit dans une perspective longue. Celle-ci a procédé en trois étapes : l'examen du poids et de l'évolution des rubriques et des sous-rubriques, l'examen des figures de l'actualité en images, l'examen de la fréquence de mots clés.

Si les notions de rubriques et de mot clés ne présentent pas de difficultés particulières, celle de figure de l'actualité en images doit être discutée. Le point de départ réside dans le rappel par Jean Claude Soulages que « *la réalité factuelle est toujours perçue à travers de différents filtres qui la passent au crible de grilles culturelles ou politiques et qui n'en retiennent qu'une partie qui deviendra la matière première du discours informatif* »⁶¹. Ce que le média dit

⁶¹ Jean-Claude Soulages : *Les mises en scène visuelles de l'information. Etude comparée France, Espagne, Etats-Unis*, Armand Colin, INA, 2005, page 150.

de l'actualité n'est « *en aucun cas un simple reflet de la réalité événementielle* », il s'agit de « *l'aboutissement d'un processus de sélection* ».

Elle est inspirée du sémiologue Eliséo Véron qui présente ce concept à l'occasion de son analyse de la construction d'une émission scientifique à la télévision. Le sémiologue constate que le journaliste « *manipule un certain nombre de recettes, de préceptes, de règles de savoir-faire, qu'il applique en continu, délibérément, instinctivement ou inconsciemment, le résultat à l'écran étant pour partie une matérialisation – une réalisation – des dites règles et recettes* ». C'est l'ensemble de ces « *recettes* » résumées sous l'appellation de « *figures* » que Eliséo Véron définit comme les « *principes encadrant la production du sens* »⁶².

2) Des séjours en observation participante

Deuxième temps de l'analyse, des séjours dans la rédaction du *Dongfang* prennent la forme d'une observation participante du travail des journalistes. Initiée au début du XXe siècle par des sociologues comme Bronislaw Malinowski à l'occasion d'études ethnologiques sur les sociétés mélanésiennes, la méthode de l'observation participante a été adaptée aux sociétés occidentales. Par exemple, le sociologue français Jean Peneff s'est fait brancardier pour son étude des services d'urgences des hôpitaux⁶³.

Il n'existe pas de technique unique de l'observation participante. Chaque praticien adopte une méthode en fonction du contexte et de ses objectifs. Certains vont jusqu'à partager les rites, le travail, la langue des groupes sociaux qu'ils observent. Poussé au bout de sa logique, l'observateur cache ses objectifs réels aux personnes qu'il fréquente afin de ne pas influencer leur comportement. Le point commun de ces études réside dans le fait que leurs auteurs passent

⁶² Eliséo Véron, *Les spectacles scientifiques télévisés*, Paris, La Documentation française, 1985.

http://sciences-medias.ens-lsh.fr/scs/IMG/pdf/Veron_Fouquier_low.pdf, p. 21.

⁶³ Jean Peneff, *L'hôpital en urgence*, 1992.

beaucoup de temps au contact des populations étudiées. Ce temps partagé doit créer une proximité favorable au recueil d'informations.

Les bénéfices attendus de la méthode sont importants. Le rapprochement avec les personnes étudiées permet de les observer au plus près de leur pratique quotidienne, de gagner leur confiance et de comprendre leurs motivations *in situ*. L'intérêt que manifeste l'observateur à ces personnes est interprété par ces dernières comme une marque de respect. En retour, elles se confient plus facilement à lui.

Cependant, l'observation participante se heurte aussi à des difficultés méthodologiques. Malgré l'instauration d'une confiance entre l'observateur et l'observé, une distance infranchissable subsiste toujours entre les deux. Il n'est pas possible, même en y consacrant plusieurs mois, d'effacer la distance créée par des décennies d'éducation et d'expériences différentes. Par manque de confiance ou par crainte des répercussions, les personnes observées peuvent garder par devers elles des informations sensibles. De plus, la présence de l'observateur peut toujours engendrer une modification du comportement.

3) Une analyse des discours des journalistes

L'analyse de discours porte sur les seuls journalistes du *Dongfang*. Son intérêt est double : elle permet d'entendre leurs motivations et de les confronter à la réalité des photographies publiées par le *Dongfang* et à l'observation du travail de la rédaction.

Par discours, nous entendons, comme Dominique Maingueneau, « *toute activité énonciative (...) rapportée à un genre de discours : le lieu social dont il émerge, le canal par lequel il passe (oral, écrit, télévisé...), le type de diffusion qu'il implique, ne sont pas dissociables de la façon dont le texte s'organise* »⁶⁴. Les discours peuvent être oraux ou écrits, construits ou bien spontanés. En effet, « *L'analyse du discours a pour caractéristique d'opérer le plus souvent sur*

⁶⁴ Dominique Maingueneau, *Analyser les textes de communication*, 1998, p. 2.

*plusieurs discours mis en relation par la prise en considération de leurs conditions de production. »*⁶⁵

Le corpus doit cependant respecter une cohérence. « *Il faut nécessairement un invariant pour mener à bien une analyse de discours. On retrouve ici le problème de la constitution du corpus ; la comparabilité des discours suppose des invariants : le même locuteur dans des environnements différents, avec des rôles différents, différents locuteurs dans les mêmes conditions de production, etc.* »⁶⁶ Dans le cas du *Dongfang*, il s'agit des discours oraux tenus par les photojournalistes et éditeurs photos lors d'entretiens semi-directifs.

L'objectif de l'analyse de discours n'est pas de répertorier la totalité des propos tenus par les journalistes du *Dongfang*. Il est de faire ressortir les traits saillants, par exemple en terme de tendances globale ou bien de différences importantes entre journalistes, ou bien des notions ou des valeurs essentielles qui structurent leurs propos, etc. En effet, comme le souligne Marlène Coulomb-Gully, en analyse de discours, « *L'exhaustivité, pas plus que l'homogénéité ne sont pour elle un objectif ; ce sont plutôt des moments privilégiés, des passages spécifiques d'un corpus qui l'intéressent (...)* ». ⁶⁷

Ces moments privilégiés peuvent consister en l'évocation des motivations et des valeurs professionnelles, l'énonciation des critères qui président à la production et à la sélection des photos, la description des contraintes dans lesquelles évoluent les journalistes, etc.

L'analyse de discours des journalistes est complétée par un sondage qualitatif auprès du public ciblé par le *Dongfang* : une vingtaine de Shanghaiens dont le profil correspond à la cible commerciale du journal.

⁶⁵ Dominique Maingueneau *Initiation aux méthodes de l'analyse du discours. Problèmes et perspectives*, 1976, p. 17.

⁶⁶ Dominique Maingueneau, *op. cit.*, p. 18.

⁶⁷ Marlène Coulomb-Gully, « Propositions pour une méthode d'analyse du discours télévisuel », <http://mots.revues.org/index9683.html#bodyftn10>

F. Une présentation en six séquences

Deux grands ensembles structurent la présentation de l'étude. Chacun est lui-même composé de trois séquences.

Le premier ensemble rassemble toutes les informations utiles à la compréhension du contexte dans lequel est publié le *Dongfang*. La séquence 1 est consacrée à un rappel des principales évolutions de la presse chinoise depuis la fondation de la République populaire de Chine jusqu'à nos jours. Elle comporte un relevé des dispositions qui restreignent la liberté de la presse. La séquence 2 résume à grands traits l'histoire de la photographie d'actualité en Chine depuis 1949. Elle en souligne les permanences et relève les changements en cours. La séquence 3 présente le *Dongfang* à travers son histoire, son organisation et sa description détaillée.

Le deuxième ensemble se focalise sur les photographies publiées par le journal et sur le travail de ses photographes et éditeurs photos. La séquence 1 analyse les figures de l'actualité en image sur la base, notamment, des photographies publiées en page de couverture du journal. La séquence 2 observe le déroulement de réunions de service et le travail des photographes et des éditeurs photos. La séquence 3 examine les valeurs et les motivations des professionnels de l'image.

LA PRESSE CONTEMPORAINE

CHINOISE

A. Du plan au marché : brève histoire de la presse chinoise

Après sa prise du pouvoir, en 1949, le Parti communiste chinois instaure un système de presse officielle qui ne laisse place à aucune autre voix que la sienne. Le mouvement démocratique de 1989 échoue dans la remise en cause de ce monopole de l'information. Dans la foulée des réformes économiques de 1992 émerge une nouvelle presse, commercialisée et populaire.

1) De 1949 à 1992 : gloire à l'information socialiste

Dans la foulée de sa prise de pouvoir, en 1949, le Parti communiste chinois prend le contrôle de l'ensemble de la presse pour en faire son outil de propagande. L'instauration du système de contrôle des médias est la conséquence de la conception de l'information développée par le Parti communiste lors des années de guerre civile contre le Parti nationaliste et de résistance face à l'invasion japonaise. Alors que le Parti communiste revendique la liberté de la presse auprès du gouvernement nationaliste dans les années trente du vingtième siècle, il passe sous l'inspiration de Mao Zedong à une conception dirigiste des médias. Ce rôle a été codifié en 1942, à Yanan, capitale provisoire des communistes à l'issue de la Longue marche. En réponse à des critiques formulées par des intellectuels, Mao Zedong lance une « Campagne de rectification ». Il réagit notamment au journaliste Wang Shiwei qui reproche aux

dirigeants du Parti d'entretenir des privilèges et critique le goût pour les femmes de Mao Zedong. La reprise en main prend la forme des Causeries sur la littérature et l'art, série de réunions et de séances de critiques consacrées à la place et au rôle des intellectuels dans le mouvement révolutionnaire. A cette occasion, Mao Zedong affirme le caractère subordonné de ces matières à la politique, et par conséquent, des intellectuels aux dirigeants du Parti communiste : « *Aussi, le travail littéraire et artistique occupe-t-il dans l'ensemble de l'activité révolutionnaire du Parti une position fixée et bien définie ; il est subordonné à la tâche révolutionnaire assignée par le Parti pour une période donnée de la révolution.* »¹ Aux yeux de Mao Zedong, le rôle des intellectuels et de seconder le travail des dirigeants politiques ; celui des journalistes n'est pas de les questionner. « *Les hommes politiques révolutionnaires, les spécialistes de la politique qui possèdent la science ou l'art de la politique révolutionnaire ne sont en réalité que les guides de ces millions et millions d'autres hommes politiques que sont les masses et dont ils ont pour tâche de rassembler et de cristalliser les idées, afin de les retourner ensuite aux masses pour que celles-ci s'en saisissent et les mettent en pratique* »², affirme Mao Zedong. L'emploi du terme anodin de Causeries ne doit pas faire illusion : il s'agit d'une mise au pas des intellectuels. Ceux d'entre eux qui n'adhèrent pas à ces théories sont critiqués et réprimés. C'est ainsi que Wang Shiwei est arrêté en 1943 et exécuté en 1947. Même si à Yanan, Mao Zedong n'emploie pas les termes de journaliste et de presse, le fait qu'il réagisse aux critiques formulées par Wang Shiwei démontre qu'il les a à l'esprit. En revanche, dans un article écrit en 1948, avant la prise de pouvoir par le Parti communiste, Mao Zedong traite de façon explicite de la mission des journaux : « *le rôle et le pouvoir des journaux résident dans leur capacité à informer les masses, de la façon la plus rapide et la plus complète, du programme du Parti, de ses politiques générales*

¹ Mao Tse-Toung, *Interventions aux Causeries sur la littérature et l'art*, Pékin, 1965, p. 30.

² Mao Tse-Toung, *op. cit.* p. 31.

et particulières du Parti, de ses objectifs et de ses méthodes »³. En aucun cas, le rôle des médias est d'informer les citoyens de l'actualité. Ils ne sont que les porte-parole du Parti communiste. En 1959, alors qu'il initie le Grand bond en avant qui allait se solder par des dizaines de millions de morts et fait l'objet de critiques, Mao Zedong explique pourquoi les médias ne doivent pas publier de mauvaises nouvelles : « *Si le journal que vous imprimez publie de mauvaises nouvelles tous les jours, les gens n'auront pas le cœur à travailler.(...) Si sur dix choses que nous faisons, neuf sont mauvaises et qu'elles sont toutes rapportées par la presse, alors nous périrons certainement* »⁴.

Par ailleurs, le Parti communiste instaure un système d'information à deux vitesses. D'un côté, la presse officielle et publique diffuse auprès du grand public une information amputée et biaisée, « positivée » qui ne fait que vanter les réalisations du régime ; d'un autre côté, des journaux dits « internes » (*neibu*) ou « de référence » (*cankao*) fournissent aux dirigeants et aux cadres qui y ont droit une vision plus objective qui comporte aussi les événements négatifs de l'actualité chinoise. La deuxième catégorie de publications est alimentée par la traduction d'articles des agences de presse et des journaux étrangers, de « véritables » articles rédigés par des journalistes chinois à propos d'événements nationaux, de documents officiels de l'administration. Parmi toutes les publications de référence, les *Réprimandes mensuelles du Département de la propagande du comité central* jouent un rôle particulier dans le monde des médias d'informations car elles listent les sanctions infligées aux médias qui ont violé les règles de la censure.

L'existence des publications de référence se justifie par la nécessité pour les dirigeants du pays de disposer d'une information fiable sur l'état du monde et de la Chine. Un même journaliste peut donc écrire à destination du grand public un

³ Mao Zedong, « A Talk to the Editorial Staff of the Shansi-Suiyuan Daily », 2 avril 1948 http://www.marxists.org/reference/archive/mao/selected-works/volume-4/mswv4_36.htm

⁴ Mao Zedong, Discours à la conférence de Lushan, 23 juillet 1959.

http://www.marx.org/reference/archive/mao/selected-works/volume-8/mswv8_34.htm

article au style positif pour le journal qui l'emploie et un article objectif pour les dirigeants chinois dans un journal interne. Ce double système d'information perdure. Encore aujourd'hui, des informations que le département de la propagande censure pour le commun des Chinois sont diffusées aux destinataires des « nouvelles de référence ».

Deux organes qui, aujourd'hui encore, occupent le sommet de la pyramide médiatique chinoise voient le jour dans la foulée de 1949 : l'agence Chine nouvelle et le *Quotidien du Peuple*. Chine nouvelle compte des agences dans chaque province. Par ailleurs, le nouveau régime attribue un journal à chaque niveau administratif. Chaque province est ainsi dotée d'un journal de rang provincial, chaque municipalité d'un journal de rang municipal, etc. En plus de ces journaux officiels, le pouvoir établit des publications spécialisées affiliées à des organismes publics : agriculture, médecine, éducation, etc. Le même principe guidera la création des stations de radio et de télévision.

Très souvent, la page de couverture des journaux reprend celle du *Quotidien du Peuple* ou bien en constitue une adaptation. La publicité est bannie d'un secteur dans lequel la concurrence n'existe pas. Les journaux ne sont pas vendus aux particuliers, mais diffusés par abonnements souscrits par les administrations et les entreprises, toutes publiques. Ces dernières assurent aussi l'affichage public des journaux. La diffusion d'un journal ne dépasse pas le cadre administratif qui lui a été attribué. À l'époque, « *le concept central qui sous-tend la domination du Parti sur les médias est le "principe du Parti", souligne Zhao Yuezhi : le média d'information doit faire sienne l'idéologie dirigeante du Parti ; il doit propager le programme du Parti, ses politiques et ses directives ; et il doit accepter la direction du Parti, respecter les principes d'organisation du Parti et sa politique envers la presse.* »⁵ Dans le même temps, les journaux privés qui

⁵ Zhao Yuezhi, *Media, Market, and Democracy in China*, University of Illinois Press, 1998, p. 9.

étaient encore autorisés dans les premières années suivant l'arrivée au pouvoir du Parti communiste disparaissent au plus tard en 1952.

Ce système entraîne une uniformisation des informations et des publications telle que le président de la République populaire, Liu Shaoqi, tente d'y remédier au milieu des années cinquante. Il autorise l'expression de critiques et de débats qui culminent en 1957 avec le mouvement des Cent fleurs lancé par Mao Zedong. Cependant, le pouvoir réprime rapidement les intellectuels qui ont cru à l'appel du Parti communiste à s'exprimer librement. Durant le mouvement du Grand bond en avant, la presse participe à l'irréalisme politique qui provoque la plus grande famine de l'histoire mondiale. Lors de la Révolution culturelle, le nombre de journaux chute et ceux qui subsistent ne sont que des copies ou des variantes de ceux imprimés à Pékin. En revanche, cette période voit fleurir une foule de publications non-officielles publiées par les Gardes rouges : journaux muraux (dazibao) ou bien imprimés distribués en parallèle aux organes du Parti communiste.

Le premier Printemps de Pékin, en 1978-1979, voit l'apparition d'une nouvelle vague de journaux inspirés de l'exemple de ceux de la Révolution culturelle. Comme ces derniers, ils correspondent à une forme de presse autonome par rapports aux organes officiels. Des dizaines de ces journaux sont vendus dans la rue à Pékin. Ces publications sont indépendantes du Parti communiste aux sens politique, économique et administratif. À leur tour, elles sont interdites quand la répression s'abat sur le mouvement.

Les réformes économiques de Deng Xiaoping provoquent une augmentation du nombre de journaux officiels. Alors qu'ils ne sont que 188 en 1980, leur nombre atteint 1445 en 1985⁶. L'augmentation de leur pagination reste cependant modeste. Les journaux tirent à 4 pages, maximum 8. Tout en restant l'outil de propagande du régime, cette presse s'ouvre aussi à un rôle d'information du public. Alors que le Parti communiste prétend désormais fonder sa politique sur

⁶ *China Statistical Yearbook 2007*, p. 860.

le « critère de la vérité », émerge l'idée que le rôle des journaux est aussi de rapporter objectivement les faits d'actualité.

Le deuxième Printemps de Pékin, en 1989, marque l'apogée d'une période de libéralisation. Et comme lors des périodes précédentes de divisions au sein du parti communiste, des journaux semi-indépendants voient le jour. Certaines publications remettent en cause le monopole du pouvoir sur l'information. C'est notamment le cas du *Shijie Jingji Dabao* (*World Economic Herald*), à Shanghai, dirigé par Qin Benli. Les journalistes sont nombreux à participer au mouvement démocratique, y compris dans les organes centraux comme l'agence Chine nouvelle. Comme le rappelle He Qinglian, « *les journalistes qui aujourd'hui regardent cette période s'accordent à dire que les années 1980 étaient un exceptionnel âge d'or pour les médias sous le régime du Parti communiste* ». ⁷ La répression du mouvement, à partir du 4 juin, provoque la fermeture des titres jugés dissidents et la reprise en main des rédactions par le pouvoir.

2) Depuis 1992 les *dushibao* brisent la glace

Trois années de gel de la pensée suivent la répression des manifestants de la place Tiananmen, le 4 juin 1989. La relance des réformes économiques par Deng Xiaoping, consécutive à un voyage dans le sud de la Chine, en 1992, ouvre une nouvelle période. Les réformes économiques repartent de plus belle. Mais tandis que la question de la démocratisation hantait la presse jusqu'en 1989, c'est désormais celle de la commercialisation qui domine. Comme le dit Zhao Yuezhi, « *en 1989, la démocratisation était la question clé dans la lutte pour la réforme des médias. En 1992, c'est la commercialisation qui est à l'ordre du jour. Les forces du marché se sont mises à pénétrer rapidement tous les aspects de la gestion des médias d'information en Chine.* » ⁸

Deux raisons expliquent ce changement d'orientation. D'une part, les

⁷ He Qinglian, *The fog of censorship*, p. 12.

⁸ Zhao Yuezhi, *op. cit.*, p. 1.

journalistes retiennent la leçon de la répression de 1989 : il est impossible, voir dangeureux, de remettre en cause le monopole du Parti communiste sur le pouvoir. D'autre part, la croissance économique génère une explosion du marché publicitaire dont les journaux veulent profiter. Non seulement, le nombre de publications augmente à nouveau, mais de plus les journaux augmentent leur pagination, améliorent leur technique d'impression, diversifient leur offre éditoriale, multiplient les suppléments. Le but est à la fois d'attirer de nouveaux lecteurs et d'augmenter la surface allouée à la publicité.

La plupart des nouveaux journaux voient le jour entre 1992 et 1996. Les statistiques officielles ⁹ répertorient 1444 journaux en 1990 et 2163 en 1996. Par la suite, la tendance est au fléchissement puisque en 2006 il ne reste que 1938 journaux. Cette baisse est la conséquence de la décision gouvernementale de mettre fin au système d'abonnements de complaisance par les administrations et les entreprises publiques auprès de publications rattachées à des niveaux inférieurs de la structure administrative. Elle provoque la fermeture d'environ 200 journaux entre 2003 et 2005.

La croissance du nombre de journaux est plus importante entre 1980 et 1990 qu'entre 1990 et 2000. Mais c'est durant la deuxième décennie que l'augmentation de leur pagination est la plus forte. Durant les années quatre-vingt, le nombre total de pages publiées par les journaux double à peine, mais de 1990 à 2000 il est multiplié par près de 4,5. Il fait encore plus que doubler entre 2000 et 2006. L'augmentation du nombre des magazines est plus rapide que celle des journaux. Ils sont 2191 en 1980, 5751 en 1990, 8725 en 2000 et 9468 en 2006. A la différence des journaux, leur nombre continue d'augmenter au-delà de l'année 1996, même s'il semble avoir atteint désormais un seuil.

Les nouveaux journaux sont souvent, dans un premier temps, des suppléments du week-end de journaux existant. Par exemple, l'hebdomadaire *Nanfang*

⁹ Tous les chiffres de ce paragraphe et du suivant sont extraits du *China Statistical Yearbook 2007*, p. 860.

Zhoumo créé à Canton, en 1984, est d'abord le supplément du week end du quotidien *Nanfang Ribao*, l'organe officiel du comité du Parti communiste de la province du Guangzhou. Ce n'est que dans les années quatre-vingt-dix qu'il devient un titre à part. Il peut aussi s'agir de la revitalisation d'un ancien titre par de nouveaux dirigeants qui prennent en charge la publication après avoir signé un contrat de gérance avec le propriétaire. C'est le cas du *Beijing Qingnianbao*, organe officiel de la Ligue de la jeunesse chinoise, à Pékin. Enfin, il peut s'agir d'une création au sens plein, comme le *Dongfang*, à Shanghai.

Initialement, le terme de *dushibao*, est réservé aux journaux commercialisés du matin par opposition à ceux publiés en fin d'après-midi. Mais par la suite, il devient un terme pour désigner l'ensemble de la nouvelle presse chinoise commercialisée. Il est employé pour la première fois par un journal de Chengdu, le *Huaxi Dushibao*. « *Les dushibao sont nés en 1995 avec la création du Huaxi Dushibao au Nouvel an*, écrit Zhang Wei, directeur de la faculté d'information et de communication de l'université Haiyang de Qingdao, dans un article consacré à ces journaux. *Ce journal a été pionnier de plusieurs façons : c'est la première fois que le titre d'un journal comporte le terme de dushibao, il fut le premier à aller sur le marché, le premier à parler de stratégie de l'information, etc.* »¹⁰

À la différence des journaux du Parti communiste (*dangbao*) contrôlés directement par le département de la propagande, par exemple le *Quotidien du Peuple* ou bien le *Jiefang*, à Shanghai, les journaux commercialisés sont contrôlés par des organes du Parti, de l'État, divers organismes publics, des associations, etc. Ils sont souvent sous le joug des comités de Parti provinciaux qui ont reçu l'autorisation de lancer des journaux concurrents de ceux édités par les comités de Parti municipaux. L'âpre lutte pour la captation des revenus publicitaires qu'engendrent cette concurrence est une des raisons du dynamisme

¹⁰ Zhang Wei, « *Dushibao de fengyu shinian* » (Une décennie de Dushibao), dans *Zhongguo baoye*, novembre 2007, p. 41.

des *dushibao*. Celle-ci est d'autant plus vive dans une province comme celle du Guangdong où co-existe les deux niveaux administratifs provincial et municipal. Il n'en est pas de même à Shanghai, rattachée directement au pouvoir central et qui cumule les niveaux administratif province-municipalité.

Même si, en dernière instance, les *dushibao* restent tous propriété directe ou indirecte du Parti via des organismes publics, ils diversifient le paysage médiatique. « *Jusqu'à récemment, les médias étaient, selon l'expression chinoise "comme les bouches et les lèvres du Parti", chargés de promouvoir les idées du Parti, rappelle Hugo de Burgh. Depuis 1992, la situation est devenue plus compliquée. Commercialisation et numérisation ont généré une foule de nouvelles idées, formats et approches. Les médias élargissent leurs horizons, et, sans doute, changent d'attitudes et d'ambitions. En matière de loisirs et d'informations pour les consommateurs, le Parti a un intérêt minimal. Même quand le Parti cherche à garder un contrôle étroit en matière d'actualité et d'affaires courantes, il y a des débats publics et des discussions.* »¹¹

Dans sa présentation du paysage de la presse contemporaine chinoise, Hugo de Burgh distingue trois types de journaux : « *d'abord les organes centraux du Parti et du gouvernement, comme le Quotidien du Peuple ou l'agence Chine nouvelle ; puis ceux qui restent contrôlés par étroitement par le Parti et l'État, mais qui ne sont pas centraux, comme le China Economic Times*¹² ; et enfin, ceux qui techniquement sont à la "limite", qui dépendent complètement du marché, mais qui cependant peuvent être des médias de premier plan comme l'influent hebdomadaire *Caijing* ou bien le *Xinjingbao*. Les médias limites ne sont pas surveillés aussi étroitement que les autres types de médias et ont ainsi une plus grande marge de manœuvre. »¹³ Cette dernière catégorie englobe les *dushibao*. Toutefois, rappelle Hugo de Burgh, « *les organes gouvernementaux*

¹¹ Hugo de Burgh, *Friend or foe?*, Iconbooks, p. 123.

¹² *Zhongguo Jingji Shibao*, publié par le Centre de recherche en développement du gouvernement central.

¹³ Hugo de Burgh, *op. cit.*, p. 124.

restent les propriétaires ultimes de tous les médias et peuvent les fermer à volonté ». ¹⁴

La croissance du marché publicitaire constitue le moteur du développement des *dushibao*. Dans les premières années qui ont suivi la relance des réformes économiques, en 1992, les revenus publicitaires des médias chinois ont augmenté à des taux proches de 80% par an, avant de ralentir et de croître de l'ordre de 10% par an au tournant du siècle ¹⁵. Pour les journaux seuls, en 1991, les revenus publicitaires étaient de 960 millions de yuans contre 13,5 milliards de yuans en 2000 ¹⁶. La publicité fournit à la presse commercialisée les moyens de sa croissance et constitue aussi un levier de la réforme. Comme le souligne Dominique Colomb dans son étude du marché publicitaire chinois, « *une des meilleures façons d'accélérer les réformes engagées en Chine, dans son contexte historique, politique et social, est d'impulser le désir de consommer même s'il s'agit d'une liberté illusoire* » ¹⁷. L'ouverture des journaux à la publicité n'est donc pas sans lien avec l'acceptation de choix politiques en faveur d'une économie de marché.

Destinés à un public urbain, les *dushibao* se différencient en de nombreux points des journaux du Parti. Ils sont achetés par leur public alors que la presse du Parti est diffusée via les abonnements souscrits par les unités de travail ; ils tentent de satisfaire les centres d'intérêts du public alors que la presse officielle se focalise sur les activités des dirigeants ; ils sont réalisés par des journalistes recrutés sur des critères avant tout professionnels quand ceux des journaux officiels doivent leur carrière à leur fidélité politique. Les *dushibao* satisfont des besoins d'informations de lecteurs devenus plus exigeants et aussi mieux éduqués. Ils leur fournissent des informations en matière de vie quotidienne, de fait divers,

¹⁴ Hugo de Burgh, *ibid.*

¹⁵ Ashley Esarey, « Cornering the market : State Strategies for Controlling China's Commercial Media », dans *Asian Perspective*, Vol. 29, No. 4, p. 47.

¹⁶ Zhang Ernest, « A Party Organ's Journalism/Market Dichotomy – The Case Study of Guangzhou Daily Press Group », p. 3, dans *Business Research Yearbook Global Business Perspectives*, Vol. IX 2002.

¹⁷ Dominique Colomb, *L'essor de la communication en Chine*, *op. cit.*, page 50.

d'économie, de loisirs que la presse officielle néglige. Ils répondent en particulier au besoin d'informations financières au moment où des bourses ouvrent à Shanghai et à Shenzhen, près de Hong Kong. Le fait que les lecteurs achètent les *dushibao* constitue le meilleur signe qu'ils sont appréciés pour leurs contenus. « *Les traditionnels journaux du Parti ont la confiance des autorités politiques pour servir de véhicule de propagande, mais les nouveaux journaux populaires ont besoin d'attirer leurs lecteurs et annonceurs pour survivre financièrement. Bien qu'ils appartiennent au même groupe de presse que la presse du Parti, leur politique éditoriale, leur gestion et leur marketing sont totalement différents* », explique Lee Hsiao-wen ¹⁸.

Cependant, malgré leurs différences, *dushibao* et journaux du Parti ne sont pas concurrents, encore moins adversaires. Les *dushibao* se développent à côté de la presse officielle et non pas contre elle. D'abord parce que les nouvelles publications restent toutes, en dernière instance, propriété de l'État : « *Les réformateurs des médias en Chine croyaient qu'en Occident la propriété privée détermine la nature des informations. C'est pourquoi, la propriété d'État de médias commerciaux en République populaire de Chine pouvait créer des médias financièrement rentables sans sacrifier le contrôle du régime sur les contenus informatifs.* » ¹⁹ Deuxièmement, les *dushibao* sont des journaux centrés sur une métropole, en général une capitale de province, et ne deviennent pas des journaux nationaux. Cette limitation à leur diffusion tient en partie aux contenus très locaux de leurs informations, axés sur la vie quotidienne de leurs lecteurs. Elle s'explique aussi par la persévérance du contrôle des départements de la propagande dans chacune de ces villes. Chaque autorité locale, notamment les comités de Parti provinciaux, mène une politique protectionniste pour les journaux sous sa juridiction et rend difficile, voire impossible, l'implantation

¹⁸ Lee Hsiao-wen, « The Rise of Tabloid Press in China ». Papier présenté à la Conférence du China Media Center de l'université de Westminster : *Modernisation, Modernity and Media in China*, 15-16 juin 2006, p. 9.

¹⁹ Ashley Esarey, *op. cit.*, p. 38.

d'un journal venu d'une autre province. Enfin, les *dushibao* font le plus souvent partie de groupes de presse construits autour d'un journal officiel qu'ils permettent de maintenir financièrement à flot grâce à leurs revenus publicitaires. Comme le dit joliment Zhang Wei : « *les grands journaux s'occupent des orientations générales, les petits journaux se lancent dans le marché. Les petits nouveaux journaux font vivre les grands journaux.* »²⁰

Les années quatre-vingt-dix ont donc produit un système dual où coexistent une presse officielle et une autre, commercialisée. Ce mélange de logique politique et du marché est la caractéristique principale de la presse chinoise contemporaine. Au final, ce système dual fonctionne au bénéfice du pouvoir car il conserve le contrôle éditorial des *dushibao*. Il les empêche notamment d'aborder les questions politiques "dures", celles qui pourraient conduire à questionner les dirigeants du pays, la légitimité du pouvoir du Parti communiste ou le bien-fondé des politiques suivies. De surcroît, les revenus générés par les *dushibao* permettent de combler les déficits des journaux du Parti. En ce sens, il est possible de qualifier les *dushibao* d'extension commerciale du système de journaux du Parti. En même temps qu'ils satisfont des intérêts des lecteurs, ils favorisent un « *repackaging des articles de propagande d'une façon qui les rend plus attractives et en insérant des morceaux de propagande dans des articles qui intéressent les jeunes lecteurs urbains* », soutient Ashley Esarey.²¹

Cependant, ce système de presse dual est traversé de nombreux conflits. « *La scène médiatique chinoise est pleine de contradictions, de tensions et d'ambiguïtés* », souligne Zhao Yuezhi²². Ces conflits peuvent toucher aux revenus. De nombreuses publications officielles sont fermées par manque de ressources suite à la décision du gouvernement de mettre fin au système de souscription administrative pour les publications d'État. Cette décision est annoncée par l'Administration générale de la presse et des publications (AGPP),

²⁰ Zhang Wei, *op. cit.*, p. 42.

²¹ Ashley Esarey, *op. cit.*, p. 61.

²² Zhao Yuezhi, *op. cit.*, p. 2.

le 30 juillet 2003. Elle met progressivement fin aux abonnements de complaisance souscrits par des organismes publics à des organes officiels du Parti, par exemple ceux des nombreux bureaux de postes. La décision du gouvernement est d'autant plus durement ressentie qu'elle coïncide avec une baisse des revenus publicitaires de la presse. En effet, l'année 2005 est la première durant laquelle toute la presse chinoise enregistre une baisse de ses recettes publicitaires ²³. Alors que les recettes publicitaires avaient augmenté de 87% entre 1998 et 2003, elles diminuent de 15% en 2005, affirme l'étude. Quatre facteurs expliqueraient cette situation, selon les auteurs : « *le ralentissement du secteur immobilier, le vieillissement du lectorat, la concurrence croissante de la télévision et surtout de l'internet dont les recettes ont augmenté de 50% en 2006, la démultiplication de l'offre et des éditeurs depuis l'ouverture du marché par les autorités au début des années 1990.* » Les conflits peuvent aussi naître de tensions politiques générées au gré des informations que publient les dushibao. « *L'émergence des tabloïds et des éditions du week end et leur distribution par des réseaux privés représentent un sérieux défi pour les codes politiques et moraux du journalisme de Parti. Politiquement, même si certains de ces journaux sont publiés par d'importants organes du Parti, les journalistes et rédacteurs peuvent exprimer des vues et rendre compte d'histoires qui sont inacceptables pour les organes du Parti contrôlés plus étroitement.* » ²⁴ Pour la chercheuse sino-américaine, « *l'actuelle scène médiatique d'information en Chine ne peut s'expliquer uniquement par le principe du Parti, ni par les seules forces du marché. (...) Beaucoup d'organismes d'information ont atteint l'indépendance financière et sont devenus des entreprises commerciales profitables. (...) Tout aussi significativement, certaines caractéristiques du système médiatique*

²³ China News Media, « La presse entre en crise », http://sinapsesconseils.typepad.com/chinanewsmedia/2006/04/la_presse_entre.html. Consulté le 3 septembre 2008.

²⁴ Zhao Yuezhi, *op. cit.*, p. 138.

*d'information chinois restent inchangés. Le Parti maintient ouvertement son contrôle politique sur les médias d'information. »*²⁵

Logique politique et logique du marché entrent en conflit quand des *dushibao* trouvent un intérêt économique et journalistique à publier des informations que le pouvoir souhaiterait garder secrètes. C'est le cas quand le *Nanfang Dushibao* révèle des cas d'épidémie de Sras ou de torture de migrants par des policiers. Ce type de révélations a fait la réputation de ce journal, au début des années deux-mille, en même temps qu'elle lui a attiré les foudres des autorités. C'est aussi le cas quand le *Dongfang* se pose en contrepoids de la municipalité de Shanghai (voir le chapitre sur les Figures de l'actualité en images).

La mesure dans laquelle les *dushibao* constituent un début de contre-poids au pouvoir fait débat entre les observateurs de la presse chinoise. Après avoir rappelé que « *du point de vue du PCC, la presse n'est pas un chien de garde qui vérifie si le gouvernement cache au public d'importantes informations, mais l'exécutant qui aide le gouvernement central à diffuser l'idéologie communiste dans le public et exécute les ordres de Pékin* », Mao Sheng explique que, « *dans une certaine mesure, le système de presse du Parti a été détruit par la réforme économique du marché. Avec l'apparition de la société civile, le Parti-État ne peut pas contrôler complètement les médias et les intellectuels comme à l'époque de Mao. Les médias tournés vers le marché ont commencé à accepter l'idée occidentale de journalisme professionnel et à servir l'intérêt du public plutôt que celui du Parti ou d'un groupe économique. Beaucoup de professionnels des médias pensent que les intellectuels devraient être indépendant de tout pouvoir économique ou politique.* »²⁶

Anne-Marie Brady ne partage qu'en partie cet avis. Certes, « *dans une économie*

²⁵ Zhao Yuezhi, *op. cit.*, p. 151.

²⁶ Mao Sheng, « An Eradicated concept of « Public Intellectuals » : the powerful control of the CCP in Chinese mass media reform ». Papier présenté à la Conférence du China Media Center de l'université de Westminster : *Modernisation, Modernity and Media in China*, 15-16 juin 2006, p. 12.

*culturelle commercialisée tous les journaux et stations de télévision sont en concurrence pour la publicité et l'audience afin de financer les coûts de production et garder des employés qualifiés »*²⁷. Mais loin de permettre une libération des contraintes du système de propagande, l'encouragement fait aux Chinois « *de gagner de l'argent et à le dépenser en grande quantité constitue un des messages essentiels de la propagande du gouvernement depuis la période qui a suivi 1989* ». Anne-Marie Brady souligne que « *depuis la fin des années 1980 et le début des années 1990, dans le cadre d'un programme de réforme planifié du système de propagande, la Chine a adopté les méthodes de la persuasion de masse, les théories de la communication de masse, la communication politique, les relations publiques politiques et commerciales, la théorie de la publicité et du consommateur-payeur et les a incorporé dans le système de propagande contemporain. Par conséquent, au lieu de décliner comme prédit par certains, les activités et les pouvoirs du Département central de la propagande ont en réalité augmenté ces dernières années et semblent devoir continuer de cette façon.* »²⁸

Zhang Wei remarque que « *le problème des dushibao est qu'ils veulent en même temps être populaire et de qualité* »²⁹ ce qui rend leur recherche de public difficile. Faire de la qualité se heurte aux limites de la censure et faire populaire limiterait la qualité produite.

Le fait est que, jusqu'à présent, les autorités ont toujours réussi à limiter l'autonomie des rédactions et à reprendre le contrôle des médias jugés trop indépendants. Il n'en reste pas moins que la multiplication des journaux commercialisés dans les années quatre-vingt-dix a compliqué le contrôle des autorités sur la presse. Une de leurs réponses a consisté à organiser les journaux en groupes de presse.

²⁷ Anne-Marie Brady, « Central Propaganda Department », dans *Westminster Papers in Communication and Culture*, Vol. 3, Number 1, March 2006. Media in China, p. 65.

²⁸ Anne-Marie Brady, *op.cit.* p. 73.

²⁹ Zhang Wei, *op. cit.* p. 43.

3) Dans les mailles des groupes de presse

À la phase de multiplication des publications, notamment des dushibao, favorisée par la relance des réformes économiques, en 1992, fait suite une période de restructuration marquée par la création de groupes de presse.

Le premier groupe de presse voit officiellement le jour en 1996 à Canton, autour du journal *Guangzhou Ribao*. Aujourd'hui, la Chine en compte près de 40. Ils « publient 271 journaux dont la diffusion totale représente un tiers du marché chinois. Chaque groupe de presse publie, en moyenne, 7 journaux », résume Lee Hsiao-wen³⁰. Les raisons qui président à leur création sont controversées. « La création des groupes de média vise notamment à améliorer la structure du secteur de la presse, à permettre une économie d'échelle et à augmenter la rentabilité économique, pour entrer en compétition avec les concurrents étrangers », affirme Zheng Bin³¹. Ashley Esarey met en doute cette motivation purement économique. Selon lui, « il est bien plus probable que la direction centrale du Parti voyait dans la création de groupes de presse un moyen de simplifier grandement le travail de nomination des dirigeants des médias et qu'elle fournirait aux médias une incitation commerciale pour respecter les priorités du Parti en matière de contenus grâce à la réduction de la concurrence pour les revenus publicitaires »³². De son côté, Hu Zhengrong souligne que l'entrée de la Chine à l'OMC « a soulevé de profondes questions sur la direction, l'intensité et la nature de la transformation du système médiatique ». Selon lui, la création de groupe de presse répond à la nécessité de « consolider le

³⁰ Lee Hsiao-wen, *op. cit.*, p. 8.

³¹ Zheng Bin, *La réforme et le développement des médias chinois*. Rapport de stage de l'ENA, février 2004, p. 38.

³² Esarey Ashley, *op. cit.*, p. 60.

*contrôle politique dans un contexte de commercialisation croissante des médias »*³³.

En effet, la multiplication des titres complique mathématiquement la tâche de nomination par les départements de la propagande des personnes chargées de superviser les rédactions. Par ailleurs, le contrôle des informations publiées par les journaux devient plus difficile quand ils ne sont plus dirigés directement par des organes du Parti ou de l'État. C'est le cas des journaux qui font l'objet d'un contrat de cession de numéro d'enregistrement à des investisseurs extérieurs. Par exemple, le *Shijie Jingji Dabao (World Economic Herald)*, publié à Shanghai jusqu'en 1989, opérait légalement grâce au numéro d'enregistrement fourni par l'Académie des sciences sociales de la municipalité. Mais en réalité, il était dirigé par des personnes privées auxquelles l'Académie des sciences sociales de Shanghai avait cédé ses droits. Grâce à ce subterfuge légal, le journal est devenu le porte-voix des réformistes durant les manifestations du printemps de Pékin en 1989. Enfin, la concurrence entre titres pour l'obtention des revenus publicitaires constitue une puissante incitation à passer outre aux interdits du département de la propagande. À l'inverse, réunir les journaux dans des groupes de presse offre l'avantage de réduire le nombre de personnes nécessaires pour contrôler les rédactions et réduit la concurrence entre eux.

Chen Huailin et Lee Chin-chuan soulignent que « *la création d'un groupe de presse en Chine est étroitement organisée par l'État. Elle s'organise autour d'un groupe d'organes de Parti centraux qui servent d'organisation-parapluie pour incorporer une multitude de journaux et de magazines auxiliaires prévus pour divers centres d'intérêt spécialisés* »³⁴. Un groupe de presse chinois comporte ainsi toujours au moins un journal officiel et un ou plusieurs titres commercialisés. Les deux types de journaux recourent à la publicité. Mais tandis que le premier est

³³ Hu Zhengrong, « The Post-WTO Restructuring of the Chinese Media industries and the Consequences of Capitalisation », dans *The Public*, Vol. 10, 2003, p. 22.

³⁴ Chen Huailin et Lee Chin-chuan, « Press, Finance and Economic Reform in China », dans *China Review*, Hong Kong, Cambridge University Press, 1999.

diffusé grâce à des abonnements souscrits par des administrations et des entreprises publiques, les seconds sont vendus au public.

Autre avantage de la constitution de groupes de presse : grâce au jeu des transferts de revenus organisés en leur sein, les revenus publicitaires des journaux commercialisés comblent les déficits des journaux officiels. Ainsi, « *le système de presse chinois fonctionne en vertu d'un modèle 'un système deux stratégies'*, affirme Lee Hsiao-wen ³⁵. *La presse du Parti dépend des souscriptions et du soutien d'organismes publics. Elle joue avant tout un rôle de propagande et délivre la voix du gouvernement. En revanche, la presse commercialisée dépend des ventes en kiosque et au numéro. Sa fonction est de rapporter davantage de profits à son groupe de presse. Par conséquent, elle s'efforce d'attirer l'intérêt des masses. Mais elle reste contrôlée par la censure gouvernementale dans les domaines politiques et idéologiques et elle fait partie du même groupe de presse que la presse du Parti.* »

La perspective de l'entrée de la Chine dans l'Organisation mondiale du commerce (OMC) a aussi influencé la décision des autorités de constituer des groupes de presse. Étalées sur quinze ans, les négociations d'entrée à l'OMC n'ont abouti qu'en 2001. A cette occasion, la Chine craignait de devoir ouvrir son industrie médiatique aux capitaux étrangers et voulait s'en prémunir. Or, une contradiction risquait de surgir « *entre le contrôle éditorial et l'entrée des capitaux privés ou étrangers dans les médias chinois : les actionnaires privés ou étrangers doivent-ils être autorisés à s'impliquer dans les activités de rédaction et de publication des médias ?* », demande Zheng Bin ³⁶.

La perspective d'un possible contrôle par des capitaux étrangers de médias d'informations diffusés en Chine est perçue par le pouvoir chinois comme une grande menace. Des médias commerciaux contrôlés par des étrangers refuseraient sans doute le contrôle du Département de la propagande sur les

³⁵ Lee Hsiao-wen, *op. cit.*, p. 9.

³⁶ Zheng Bin, *op. cit.*, p. 4.

informations. Face à ce danger, réunir les médias dans des groupes de presse sous l'égide des autorités offre plusieurs avantages. Il permet de raffermir le contrôle sur les publications, d'améliorer la rentabilité des médias et de limiter les possibilités de rachat de titres particuliers par des étrangers. « *À une époque d'éclatement des identités et des certitudes, la Chine doit constituer des groupes de média puissants pour préserver sa culture et faire entendre sa voix dans le monde. Pour faire concurrence aux groupes de médias internationaux, la Chine doit notamment innover en matière de réglementation sur les médias et accélérer la restructuration des organes de presse* », soutient Zheng Bin ³⁷.

Les craintes des autorités chinoises se sont finalement révélées sans fondement, au moins dans un premier temps. Le traité d'adhésion de la Chine à l'OMC ne prévoit pas l'ouverture du marché de la presse d'information aux capitaux étrangers. « *L'OMC ne concerne pas directement l'ouverture du marché des médias, notamment concernant la partie centrale de l'industrie des médias* », rappelle Hu Zhengrong ³⁸. De surcroît, le traité ne remet pas en cause le système de l'enregistrement préalable des journaux auprès de l'Administration générale de la presse et des publications (AGPP) qui stipule que toute publication doit être parrainée par un organisme public.

4) « *Le journaliste chinois, cet oxymore* »

Les journalistes chinois changent en même temps que la presse se commercialise. Si ces derniers représentent une source de tensions et de conflits au sein d'un système médiatique dual contrôlé par le Département de la propagande, c'est aussi parce que leurs journalistes ne conçoivent plus leur travail dans les mêmes termes que leurs confrères de la génération antérieure. Alors que ceux-ci se voyaient surtout en propagandistes du régime, la génération des journalistes employés dans les médias commercialisés a connaissance des

³⁷ Zheng Bin, *op. cit.*, p. 51.

³⁸ Hu Zhengrong, *op. cit.*, p. 32.

conceptions occidentales de l'information qui placent en leur cœur les critères d'actualité, de rapidité, d'exactitude et d'objectivité. Cette connaissance leur provient de l'accès à des médias étrangers, notamment grâce à l'internet, favorisé par leur maîtrise de l'anglais, de rencontres et d'échanges entre confrères chinois et étrangers.

Pan Zhondang et Chan Joseph Man, deux chercheurs de Hong Kong, ont réalisé une étude sur les valeurs professionnelles de 880 journalistes de Shanghai et de Hangzhou (capitale de la province du Zhejiang voisine de Shanghai) ³⁹. Ayant demandé aux journalistes de classer dans l'ordre de préférence différents journaux chinois et étrangers, ils constatent que « *les organes du Parti sont très mal classés tandis que l'élite des médias étrangers est très bien classée* ». Les journalistes chinois « *trouvent les médias d'élite étrangers plus proches de leur média idéal et situent les organes du Parti loin de cet idéal* » ⁴⁰. Sur la base de ces résultats, Pan Zhondang et Chan Joseph Man jugent que les journalistes chinois ont changé : « *bien que la Chine soit loin d'être une démocratie, les réformes menées pour créer des marchés médiatiques et de consommateurs ont déclenché des forces de changements de paradigme qui érodent l'idéologie de la presse du Parti et, potentiellement, valorisent les canons du professionnalisme journalistique, comme l'objectivité et la liberté de presse* » ⁴¹. Toutefois, ils ajoutent que les journalistes chinois n'ont pas rompu totalement avec le modèle des médias guides de l'opinion publique. Ils sont traversés par la dualité des logiques commerciale et propagandiste. Dans l'esprit des journalistes chinois, les deux valeurs de journalisme de Parti et d'information seraient simultanément présents : « *la présence simultanée et les différents effets de la concurrence entre paradigmes journalistiques reflètent la tension entre commercialisation*

³⁹ Pan Zhongdang, Chan Joseph Man, « Assessing Media Exemplars and Shifting Journalistic Paradigms: A Survey Study of China's Journalists », dans *International Communication Association*, San Diego, 27 mai 2003.

⁴⁰ Pan Zhongdang, Chan Joseph Man, *op. cit.*, p. 33.

⁴¹ Pan Zhongdang, Chan Joseph Man, *op. cit.*, p. 7.

des médias et contrôle idéologique en Chine »⁴². Dans la pratique, cela se traduirait par un compromis entre le Parti communiste et les journalistes. D'un côté, les professionnels des médias reconnaissent la légitimité du contrôle du Parti sur l'information ; d'un autre côté, le Parti reconnaît la nécessité de réformer les médias. La réalisation de ce compromis passerait par des négociations entre les acteurs du système, une sorte de débat permanent entre "Anciens" et "Modernes" journalistes chinois. Mais dans ce débat permanent, les vieilles habitudes ont la peau dure, souligne Song Xiaogang : « *du fait que le contrôle de la presse existe depuis longtemps, les médias sont habitués à faire les choses en fonction des circulaires de presse ou des règlements. Quand il n'y a pas de nouvelles circulaires, les éditeurs s'autocensurent en fonction des anciennes règles ou bien de la culture chinoise traditionnelle.* »⁴³

Pour sa part, Hugo de Burgh souligne les limites des valeurs professionnelles revendiquées par ses confrères chinois. « *L'image du journaliste des journalistes chinois semble faite d'un mélange d'idées et de mythes* », affirme-t-il⁴⁴. « *Les journalistes chinois croient en un mythe de leur propre profession, même s'ils n'incarnent pas le mythe dans leur travail quotidien* ». Leur « *acceptation de "l'impartialité" comme éthique fondamentale du journaliste professionnel est limitée par le contexte, dans une société où la partialité est attendue et prisée* ». Ces limites tiennent au fait que pour les journalistes chinois « *la relation avec l'État, à présent en partie distinguée du Parti, supplante celle avec les gens, peu importe à quelle fréquence les gens sont évoqués* » dans les professions de foi. Des contradictions dans le comportement des journalistes chinois sont le reflet pratique de ces conceptions : « *les journalistes chinois croient qu'ils ont des responsabilités sociales, mais, pour l'observateur extérieur, ils les remplissent*

42 Pan Zhongdang, Chan Joseph Man, *op. cit.*, p. 35.

43 Song Xiaogang, *One Country, Two Perspectives: Photojournalism in Mainland China and Hong Kong*, Hong Kong, 2003, p. 14.

44 Hugo de Burgh, *The Chinese Journalist. Mediating information in the world's most populous country*, RoutledgeCurzon, 2003. p. 155 et suivantes.

rarement ; en paroles, ils soutiennent des valeurs morales, mais, avec leurs mains, acceptent des enveloppes rouges ; ils ont des idéaux élevés, mais exécutent des rituels conventionnels ; se déclarent pour les gens, puis, dans la foulée promeuvent sans réfléchir l'autorité. » Ces raisons amènent Hugo de Burgh à qualifier le journaliste chinois d'« oxymore ».

La grande vénalité des journalistes chinois constitue une des raisons du scepticisme de Hugo de Burgh. Le phénomène des enveloppes rouges en est le symbole. Les enveloppes rouges désignent le cadeau financier offert par une source à un journaliste venu réaliser un reportage. Officiellement, cette somme sert à couvrir les frais de déplacement, de logement et de nourriture du journaliste. En réalité, ils dépassent largement les frais réels et servent à acheter la bienveillance du journaliste.

« Toutes les entreprises qui organisent des conférences de presse ou les unités de travail qui font des communiqués paient des “frais de déplacement” ; dans le monde des médias, c'est un secret de Polichinelle », regrette Liu Xiaobo ⁴⁵.

Selon lui, en Chine, *« les relations entre les médias et les journalistes, et leurs interlocuteurs, sont exactement à l'opposé de ce qu'elles devraient être. Alors que les trafics dans les coulisses se sont érigés en système, le publi-rédactionnel, quasi officiellement approuvé, a envahi les médias. Mises à part les informations concernant des sujets politiques sensibles, toutes les autres, sans exception, peuvent faire l'objet de transactions »* ⁴⁶.

Les journalistes chinois sont aussi réputés pour solliciter des pots-de-vin dont les montants dépassent largement ceux des enveloppes rouges. Dans ces cas, la remise de l'argent ne sert pas à obtenir la diffusion d'informations favorables à une administration ou à une entreprise, mais à acheter le silence des journalistes. La pratique est fréquente lors des nombreux accidents miniers qui frappent la Chine en raison du non-respect des règles de sécurité. La presse officielle s'en

⁴⁵ Liu Xiaobo, « La corruption dans les médias chinois toujours dans l'ombre », *Perspectives chinoises*, N° 83, mai-juin 2004, p. 53.

⁴⁶ Liu Xiaobo, *op. cit.*, p. 54.

fait parfois l'écho afin de dénoncer cette pratique. Par exemple, dans son édition du 30 octobre 2008, le *China Daily* raconte comment une dizaine de journalistes ont accepté des pots-de-vin d'une société houillère dans la province du Shanxi. Le 20 septembre, un mineur était mort dans un accident. Les 10 journalistes ont reçu un total de 125 700 yuans (14 500 euros) pour ne pas rendre compte de l'accident.

Le maintien au pouvoir du Parti communiste malgré l'importance des changements économiques survenus en Chine et les modifications de la presse chinoise influe également la façon dont se comporte les journalistes chinois. En Chine, quasiment plus personne ne croit à l'idéologie communiste. Mais le Parti communiste dirige toujours le pays et il subsiste une rhétorique ancienne à laquelle les acteurs publics doivent se conformer. « *Terminologie vague, abstraction, ambiguïté et endoctrination* » caractérisent cette rhétorique qui sert à justifier le pouvoir du Parti communiste, affirme le chercheur hongkongais He Zhou ⁴⁷. Les Chinois doivent se conformer à cette rhétorique sous peine d'être réprimé ou de renoncer à leurs ambitions professionnelles. Pour He Zhou, cette situation provoque une « *dissonance idéologique* » ⁴⁸ chez les individus. Sans grande conséquence pour les personnes qui n'ont pas d'activités publiques car elles n'ont pas besoin de tenir des propos différents dans les sphères publique et privée, la dissonance est difficile à vivre pour les autres, notamment les journalistes. Dans la mesure où « *le travail des journalistes consiste à s'exprimer dans l'univers du discours public, la différence entre ce à quoi ils croient et ce qu'ils expriment est inévitable et profonde* » ⁴⁹, affirme He Zhou. « *Croire en une chose, mais être obligé d'en faire une autre et d'exprimer des idées à travers une rhétorique ritualisée, est un dilemme auquel font face*

⁴⁷ He Zhou, « Working with a Dying Ideology », dans *Journalism Studies*, Vol. 1 Number 4 November 2000, p. 603.

⁴⁸ He Zhou, *op. cit.*, p. 604.

⁴⁹ He Zhou, *op. cit.*, p. 610.

beaucoup de journalistes chinois aujourd'hui »⁵⁰, souligne le chercheur. Or, la psychologie sociale enseigne que les personnes qui sont dans cette situation « *souffrent d'une dissonance cognitive et se sentent mal à l'aise ; par conséquent, normalement, elles cherchent à réduire cette dissonance.* »⁵¹

He Zhou distingue 5 façons dont les journalistes chinois tentent de réduire la dissonance et la souffrance qu'elle engendre. Première solution, choisie en général par des journalistes qui occupent des positions intermédiaires : séparer les sphères publique et privée. Deuxième solution : réconcilier les idéologies publique et privée. Cette solution est la plus couramment choisie par les journalistes qui occupent des fonctions de pouvoir et profitent du système. Troisième solution : tenir un double discours, l'un en public, l'autre en privée. Quatrième solution : repousser les limites de ce qui est autorisé en public afin d'exprimer des vues personnelles ou professionnelles. Cinquième solution : contester ouvertement le discours dominant au risque de subir la répression et d'entrer en dissidence.

L'intérêt du travail de He Zhou est de souligner l'importance du paramètre psychologique. Au-delà des raisons économiques et politiques qui gouvernent l'émergence des journaux commercialisés, il importe de prendre en considération la psychologie individuelle des journalistes. « *Beaucoup de changements et de contradictions dans la presse chinoise remontent au conflit au niveau personnel pour la recherche d'un équilibre entre l'idéologie personnelle et l'idéologie dominante* », souligne He Zhou. « *L'économie n'est pas la seule force qui motive les changements* » de la presse chinoise, conclue-t-il.⁵²

⁵⁰ He Zhou, *op. cit.*, p. 604.

⁵¹ He Zhou, *ibid.*, p. 604.

⁵² He Zhou, *op. cit.*, p. 615.

B. Eternelle censure

Analyser la presse chinoise contemporaine sous le seul angle de son contrôle par le pouvoir conduirait à sous-estimer les changements intervenus depuis une vingtaine d'années grâce à la commercialisation des médias et à la professionnalisation des journalistes. Toutefois, des stipulations de la constitution aux règles de délivrance de la carte de presse, de nombreuses dispositions légales et réglementaires, certaines publiques, d'autres secrètes, continuent d'empêcher la liberté de la presse et des journalistes chinois.

1) Dispositions légales et réglementaires

a) Une constitution faussement libérale

À la lecture de l'article 35 de la constitution chinoise tout semble limpide. En effet, le texte fondamental affirme que « *les citoyens de la République populaire de Chine jouissent de la liberté d'expression, de presse, d'assemblée, d'association, de procession et de manifestation* »⁵³. Cependant, ces affirmations libérales sont contredites par le préambule de la même constitution qui stipule que « *sous la direction du Parti communiste de Chine, guidé par le marxisme-léninisme, la Pensée Mao Zedong, la Théorie Deng Xiaoping et l'importante pensée des "Trois représentativités", le peuple chinois continuera à adhérer à la dictature démocratique populaire et à la voie socialiste (...)* »⁵⁴. Les articles de la constitution étant subordonnés au préambule, l'affirmation de la liberté de la presse reste donc de pure forme. Les médias et les journalistes

⁵³ *Constitution of the People's Republic of China*, China Legal Publishing House, 2004, p. 33.

⁵⁴ *Constitution, op. cit.*, p. 7.

chinois ne peuvent publier d'informations qui seraient interprétées par le Parti communiste comme une remise en cause de son pouvoir.

L'apparente contradiction entre le préambule de la constitution et l'article 35 reflète la structure duale du pouvoir chinois : le Parti communiste et l'État constituent deux chaînes de commandement. La première commande à la deuxième qui est chargée d'exécuter les décisions prises par le Parti communiste.

b) Des secrets d'État bien gardés

Le 13 septembre 2005, le *Dongfang* rendait compte de la levée par le pouvoir du secret d'État sur le nombre de morts lors de catastrophes naturelles : « *le nombre de morts dans des catastrophes naturelles n'est plus un secret d'État* ». En mai 2008, lors du tremblement de terre du Sichuan, le journal s'appuiera sur cette disposition pour couvrir au plus près l'événement malgré les tentatives de contrôle du Département de la propagande.

En attendant, l'annonce avait quelque chose de cocasse puisqu'elle permettait en même temps au public de découvrir l'existence d'un Bureau national des secrets d'État (BNSE). Comme les autres organes chargés de contrôler les médias, celui-ci est organisé de façon pyramidale à partir du sommet pékinois. Ses branches descendent dans les provinces et les municipalités.

L'annonce du 13 septembre 2005 n'éclaire cependant qu'une infime partie de ce que recouvre la notion de secret d'État pour le pouvoir chinois. Son champ est potentiellement infini puisqu'il concerne aussi bien des informations clairement identifiées qui ne peuvent être diffusées au public que des informations diffusables mais que les autorités peuvent requalifier en secrets d'État une fois connues du public. La notion de secret d'État fonctionne donc comme un fourre-tout dans lequel le pouvoir chinois range ce qu'il veut, quand il veut.

Les secrets d'États sont évoqués dans des lois et des règlements, certains publics, d'autres eux mêmes... secrets. Ainsi, la loi sur « *La protection de*

secrets d'État de la République populaire de Chine », dans son article 8, donne la liste des secrets d'État ⁵⁵ :

« - *les affaires secrètes concernant les grandes décisions politiques des affaires d'État*

- *les affaires secrètes relatives à la construction de la défense nationale et les activités des forces armées*

- *les affaires secrètes dans les activités diplomatiques, les activités relatives aux pays étrangers, ainsi que les secrets qui doivent être gardés par engagement envers les pays étrangers*

- *les affaires secrètes relatives au développement économique et social national*

- *les affaires secrètes relatives aux sciences et la technologie*

- *les affaires secrètes relatives aux activités de préservation de la sécurité d'État et les enquêtes sur les offenses criminelles, et*

- *les autres affaires classées secrètes par le Bureau national des secrets d'État (BNSE).* »

Il résulte de ces définitions que la notion de secrets d'État couvre toutes les activités de l'État. Cette conception des secrets d'État dépasse le champ des restrictions habituellement admis à la liberté de la presse. Par exemple celles prévues par les traités internationaux que la Chine a signés, mais pas ratifiés. Ainsi, l'article 19 du Pacte international relatif aux droits civils et politiques ⁵⁶ autorise seulement les restrictions justifiées par la sauvegarde « *du respect des droits ou de la réputation d'autrui* » ou celles relatives « *à la sauvegarde de la sécurité nationale, de l'ordre public, de la santé ou de la moralité publiques* ». Ces limites doivent elles-mêmes être « *fixées par la loi* » et ne pas excéder les nécessités de la protection de ces droits.

Bien que déjà fermement établi par la loi, le domaine des secrets d'État se voit encore étendu par les règlements qui précisent « *Les Mesures pour l'application*

⁵⁵ http://www.gov.cn/banshi/2005-08/21/content_25096.htm.

⁵⁶ http://www.unhchr.ch/french/html/menu3/b/a_ccpr_fr.htm

de la Loi sur la protection des secrets d'Etat de la République populaire de Chine »⁵⁷. Ces mesures contiennent en effet une sorte d'arme absolue : elles rendent possible le classement en secret d'État d'informations qui ne l'étaient pas au moment de leur publication. Ainsi, l'article 4 prévoit que « si un sujet, une fois publié, peut résulter dans une des conséquences suivantes, il doit être considéré comme entrant dans le champ des secrets d'État (...) :

(1) mettre en danger la capacité de l'État à se renforcer et à défendre ses pouvoirs

(2) représenter un risque sur l'unité nationale, l'unité ethnique et la stabilité sociale

(3) menacer les intérêts politiques ou économiques de l'État dans ses relations avec des pays étrangers

(4) toucher à la sécurité des chefs d'État ou des officiels étrangers de haut rang

(5) gêner d'importants travaux de sécurité ou de défense de l'État

(6) causer une baisse de la possibilité, ou une perte de capacité, aux mesures de sauvegarde des secrets d'État

(7) affaiblir les forces économiques ou technologiques de la nation

(8) causer aux organes d'État une perte dans la capacité à exercer leur autorité conformément à la loi. »

L'article 8 précise que le Bureau national des secrets d'État (BNSE) dispose de 10 jours pour évaluer les conséquences de la publication d'une information : « *la classification comme secret de tout secret d'État qui émerge dans une publication ou dans une unité doit être réalisée dans un laps de temps adapté qui ne doit pas dépasser une période de 10 jours (...).* »

L'arsenal réglementaire relatif aux secrets d'État s'étend au-delà des lois et de leurs règlements d'application. S'y ajoutent des règlements particuliers, souvent eux-mêmes secrets, promulgués par les ministères ou les administrations centrales et locales. Ces textes ont pour point commun de renforcer les

⁵⁷ http://www.stats.gov.cn/tjgl/swdcglgg/xgfg/t20041118_402209111.htm

dispositions des lois générales et publiques. Par exemple, des règlements communs au ministère du Travail et de la Sécurité sociale rangent dans la catégorie des secrets d'État « *les informations compilées sur de grands incidents impliquant des ouvriers dans des entreprises, telles que pétitions collectives et grèves* »⁵⁸. Il en va de même pour « *le nombre total d'ouvriers licenciés dans des entreprises d'État* »⁵⁹. De son côté, l'Administration de protection de l'environnement considère comme secret d'État les « *informations sur la pollution de l'environnement qui pourraient, si elles étaient révélées, affecter sérieusement la stabilité sociale* »⁶⁰. Dernier exemple, la Commission du planning familial considère comme secret d'État les « *statistiques (...) concernant le nombre d'avortements provoqués* » ainsi que celles « *sur le nombre de morts résultant de problèmes lors des procédures chirurgicales de contrôle des naissances ou le planning familial* »⁶¹.

La préservation des secrets d'État s'impose à tous les citoyens chinois. L'article 53 de la constitution précise que « *les citoyens de la République populaire de Chine doivent (...) garder les secrets d'État (...).* » Le citoyen chinois qui ne garde pas le silence s'expose à des poursuites, notamment en cas de diffusion vers l'étranger d'un secret d'État. L'article 111 du Code pénal chinois prévoit que « *quiconque dérobe, recueille secrètement, acquiert ou fournit illégalement des secrets ou des informations d'État au bénéfice d'une organisation, d'une institution ou de personnes installées à l'étranger, sera condamné à une peine comprise entre cinq et dix années d'emprisonnement ; en cas de circonstances particulièrement graves, la condamnation sera portée à dix ans d'emprisonnement au minimum, voire à l'emprisonnement à vie ; en cas de circonstances relativement bénignes, la peine n'excédera pas cinq ans*

⁵⁸ HRIC, *State secrets: China's legal labyrinth*, Human Rights in China, 2007, p. 178.

⁵⁹ HRIC, *op. cit.*, p. 181.

⁶⁰ HRIC, *op. cit.*, p. 184.

⁶¹ HRIC, *op. cit.*, p. 187.

d'emprisonnement, de détention criminelle, de contrôle judiciaire ou de privation des droits politiques. »

Une conception aussi étendue et floue du secret d'État a pour conséquence que les journalistes chinois vivent dans une insécurité permanente s'ils essaient d'exercer leur métier de façon sérieuse. Certes, ils connaissent la notion de secret d'État, au moins une partie du champ qu'elle couvre et les dangers qu'encourent ceux qui les diffusent. Mais de surcroît, ils sont sous la menace de règlements tenus secrets par les autorités et dont ils n'apprennent parfois l'existence qu'au moment où il leur est reproché d'avoir transgressé un interdit. Enfin, le pouvoir dont dispose le Bureau national des secrets d'État (BNSE) de requalifier en secret d'État une information après sa publication représente une véritable épée de Damoclès au-dessus de la tête des journalistes. Aux yeux du pouvoir chinois toute information est soit un secret d'État, soit est susceptible de le devenir.

Cette situation incite les journalistes chinois à s'autocensurer par peur des sanctions, pour assurer leur sécurité et celle de leurs proches. Ils anticipent les conséquences sur leur sécurité des informations qu'ils publient.

Dans une situation où la définition du secret d'État est vague, parfois rétroactive, où les sanctions peuvent être sévères, il ne reste aux journalistes chinois que quatre choix : se taire sur les sujets sensibles et traiter seulement ceux qui le sont moins, évoquer les sujets sensibles en ne reprenant que les dépêches de Xinhua, aborder les sujets sensibles sous un angle détourné, défier la censure et se voir privé de la liberté. « *Au 1er janvier 2008, au moins 33 journalistes étaient emprisonnés en Chine* », souligne le rapport 2008 de Reporters sans frontières consacré à la Chine ⁶².

⁶² Reporters sans frontières, www.rsf.org/article.php3?id_article=25517.

c) L'obligation d'enregistrement et de licence préalable

Pour la création de journaux d'information, les pays démocratiques se contentent d'un système d'enregistrement des journaux. Par exemple, en France, il n'est pas besoin d'une autorisation de l'administration pour éditer un nouveau journal. En vertu de la loi sur la liberté de la presse de 1881, il suffit d'adresser au parquet une déclaration précisant le titre du journal, l'identité du directeur de la publication, le nom de l'imprimerie.

En Chine, ne crée pas un journal qui veut. Outre la question des capitaux et des hommes nécessaires comme partout à pareille entreprise, la création d'un journal est subordonnée à l'autorisation préalable de l'Administration générale de la presse et des publications (AGPP), l'organe de tutelle de la presse. Selon l'article 2 des Règlements pour l'administration des publications de journaux ⁶³, édictés le 21 octobre 2005, *« pour publier un journal, une unité de publication doit obtenir l'approbation de l'Administration de la presse et des publications, un numéro unifié national de publication et une licence de publication de journal »*. Preuve que la procédure d'enregistrement n'est pas seulement une démarche administrative, mais avant tout politique, l'article 3 exige que *« les journaux adhèrent au marxisme-léninisme, à la pensée Mao Zedong, à la théorie de Deng Xiaoping et à l'importante pensée des "Trois représentativités", suivent la ligne correcte en matière d'orientation de l'opinion publique et des publications et persistent dans le principe d'accorder la priorité aux bénéfices sociaux, réalisent la combinaison des bénéfices sociaux et des retombées économiques, sont proches de la pratique, des masses et de la vie, contribuent à une bonne atmosphère pour la construction du socialisme aux caractéristiques chinoises et enrichissent la vie culturelle des larges masses populaires. »*

L'article 8 précise que le journal doit *« se prévaloir d'un sponsor reconnu par l'Administration de la presse et des publications auprès du conseil d'État et par*

⁶³ Règlements pour l'administration des publications de journaux.
<http://media.people.com.cn/GB/40606/3790147.html>

les agences compétentes au niveau supérieur ». Ce sponsor est en pratique une administration ou une entreprise publique.

De plus, le journal doit « *posséder un capital déclaré de plus de 300 000 yuans (environ 30 000 euros)* ». De surcroît, « *l'approbation pour la création d'une unité de publication doit également se conformer au plan de l'État pour le nombre total, la structure et la distribution des unités de publication de journaux* ». Ce n'est que s'il satisfait à toutes ces conditions qu'un journal peut obtenir le sésame que représente le numéro d'enregistrement (*kanhao* – 刊号) imprimé en haut de la page de couverture. Le *Dongfang* détient le numéro CN31-0009.

De même que l'AGPP autorise la création d'un journal, elle décide aussi de le sanctionner ou de le fermer s'il ne respecte pas « *les réglementations relatives quand il publie ou réimprime des contenus concernant les grandes politiques de l'État, les affaires nationales et religieuses, la diplomatie, l'armée, de l'État* » (article 27). Ces décisions sont prises sur la base « *d'un système de relecture des journaux* » par l'AGPP (article 47). Les sanctions sont échelonnées. Elles vont de « *la circulaire d'avertissement* » à l'ordre de cesser la publication et la distribution du journal (Chapitre V, Des responsabilités légales).

L'objectif de ces règles est d'empêcher la création de toute publication qui ne serait pas contrôlée par le pouvoir. Elles expliquent que tous les supports d'information sont en dernière instance propriété de l'État, que ce soit directement ou par le biais d'administrations ou d'entreprises publiques contrôlées par le Parti communiste chinois qui parrainent les publications. Et, par conséquent, les journalistes travaillant dans ces médias, même s'ils n'ont pas le statut de fonctionnaires, sont tous assimilables à des employés de l'État. Ce cadre détermine le contexte dans lequel la commercialisation des journaux s'effectue.

Ainsi, aussi réelle que soit la concurrence que se livrent les journaux commercialisés, elle ne doit pas faire illusion sur la nature du marché dans

lequel ils opèrent. L'accès à celui-ci reste contrôlé par le Parti communiste. La concurrence entre journaux a lieu dans le cadre d'un système administré qui fixe le nombre des journaux, les motifs de leur création et contrôle leurs contenus.

d) Une diffusion contrôlée

La Chine ne dispose pas d'un véritable marché national des journaux. Un journal comme le *Quotidien du Peuple* ne doit sa diffusion nationale qu'à son statut de média officiel et aux abonnements souscrits par les administrations et les entreprises publiques. Il n'est pas acheté par les particuliers et ne se trouve pas dans les kiosques à journaux. Quelques titres nés des réformes des années quatre-vingt ont gagné une dimension nationale, notamment les hebdomadaires *Nanfang Zhoumo* de Canton et *Caijing* de Pékin. Ils le doivent à l'originalité de leur ligne éditoriale et à la publication d'éditions locales dans les grandes métropoles. Mais ils sont des exceptions. Le restant des publications reste centrées sur l'une ou l'autre des grandes villes. Le fait que les journaux commercialisés traitent en priorité de l'actualité locale explique en partie cette situation. Mais elle tient aussi au contrôle qu'exercent les autorités sur la diffusion des journaux.

En effet, la diffusion d'une publication est fixée par la procédure d'enregistrement préalable. Pour être autorisé, un journal doit être rattaché à un organisme public de tutelle (administration, Parti communiste) qui fixe son droit de diffusion. Ainsi, s'il est sous la tutelle du Comité de Parti d'une province, un journal ne doit en principe être diffusé que dans cette dernière. En revanche, s'il est sous la tutelle d'une administration centrale de Pékin, un journal peut être diffusé dans toute la Chine.

e) Une carte de presse idéologique

La compétence professionnelle n'est pas la seule qualité requise pour exercer le métier de journaliste en Chine. De même qu'elles contrôlent la création et

l'activité des journaux, les autorités sélectionnent les personnes qui peuvent exercer le métier de journalistes. Critères professionnels et politiques s'entrecroisent afin de limiter l'accès à la profession.

Au plan professionnel, en Chine, est journaliste la personne employée d'un média d'information pour lequel elle réalise des reportages et des interviews. Les fonctions de rédacteurs et de photographes correspondent à la définition chinoise du journaliste, mais pas celles de secrétaires de rédaction d'éditeurs photos puisque ces derniers ne réalisent pas d'interviews. Dans cette définition n'entre pas en compte le critère de revenus, comme en France où une personne doit tirer le principal de ses ressources de l'activité de journaliste pour prétendre à la carte de presse. Par ailleurs, pour être reconnue comme journaliste en Chine, la personne doit disposer de la carte de presse délivrée par l'Administration de la presse et des publications (AGPP). Les personnes qui n'ont pas la carte de presse ne peuvent prétendre exercer le métier de journaliste. En revanche, dans un pays comme la France, il n'est pas obligatoire de disposer d'une carte de presse pour exercer le métier de journaliste.

Pour obtenir la carte de presse, il faut satisfaire aux conditions posées par l'AGPP. Celles-ci sont résumées dans la « *note concernant la délivrance de la carte d'accréditation nationale unifiée de journaliste* », autrement dit la carte de presse. Ce texte pose trois conditions aux « *employés d'organismes de presse* » qui mélangent critères professionnels et politiques, mais en donnant la priorité à ces derniers :

« (1) *obéir aux lois et Règlements nationaux et à la discipline de l'information, obéir à l'éthique professionnelle de l'information*

(2) *avoir un niveau d'éducation supérieur de premier cycle ou une bonne éducation et avoir les qualifications d'éditeur de nouvelles définies par les départements concernés du conseil d'État*

(3) *travailler comme journalistes ou comme éditeur dans une organisation de presse, ou être employé officiellement par une organisation de presse pour le*

*recueil d'informations ou un travail de publication sans interruption depuis au moins un an. »*⁶⁴

L'ordre hiérarchique de ces conditions exprime clairement le rôle subordonné de la production d'information par rapport aux entraves à la liberté de la presse (Constitution, lois et règlements sur les secrets d'État, etc.). Cela est d'autant plus évident à la lecture des personnes qui ne doivent pas recevoir de carte de presse. Parmi celles-ci, « *tout employé qui a été sanctionné pour le viol de lois ou de Règlements dans la réalisation de reportages ou d'activités d'édition* ». Tombe sous le coup de cette exclusion, un journaliste qui réaliserait un reportage qui ne respecterait pas le rôle dirigeant du Parti communiste chinois, qui signerait ses articles d'un pseudonyme, qui travaillerait sans disposer d'une carte de presse, etc.

Autre indice du statut subordonné du journaliste, ce n'est pas lui qui adresse une demande de carte de presse à l'AGPP, mais son employeur. Cette demande intervient après un an de travail continu, compte non tenu des périodes de stages qui peuvent durer plusieurs mois. « *Dans le formulaire de candidature, le jeune journaliste chinois se voit demander s'il appartient au Parti, s'il est membre d'une Eglise, s'il fréquente le mouvement Falungong, souligne Philippe Massonnet. Sur le même document, les mêmes questions sont posées concernant les parents.* »⁶⁵

Lors de sa première demande, le candidat doit passer un examen écrit. En septembre 2007, la première question portait sur l'actualité politique chinoise. Il fallait reproduire par cœur des déclarations de Hu Jintao au XVIIe Congrès du Parti communiste chinois ainsi que les « *les 8 principes d'honneur et de déshonneur* » (八荣八耻) édictés Hu Jintao le 4 mars 2006⁶⁶. La deuxième

⁶⁴ <http://media.people.com.cn/GB/22114/44352/44353/3186589.html>. Consulté le 10 octobre 2007.

⁶⁵ Philippe Massonnet, *Pour en finir avec le miracle chinois*, 2008, p. 213.

⁶⁶ - c'est un honneur d'aimer la patrie et un déshonneur de lui,
- c'est un honneur de servir le peuple et un déshonneur de le trahir,

question abordait des règles d'écriture de la langue chinoise : il fallait cocher la mauvaise écriture parmi plusieurs propositions, mettre les ponctuations dans la bonne position. La question sur le droit de la presse demandait quel est l'organisme en charge du contrôle de la gestion de la presse chinoise. Pour l'histoire du journalisme chinois, il fallait donner le nom, le lieu et la date du premier journal à avoir été créé en Chine.

Les questions les plus délicates portent sur les « *règles de l'information socialiste* » : comment informer en respectant l'information socialiste ? Sur la base d'un exemple de reportage, le candidat à la carte de presse doit indiquer s'il peut-il ou non être publié en vertu des règlements. En cas d'information relative à une catastrophe, quelle procédure faut-il suivre ? Et comment rapporter les décisions du Parti communiste à l'aide de documents et de dépêches fournies par l'agence Chine nouvelle.

Il est admis que les candidats apportent des documents lors de l'examen, par exemple, les déclarations de Hu Jintao au congrès du Parti communiste...

Répondre à ces « questions » comme l'attend l'AGPP est ainsi un jeu d'enfant pour les candidats à la carte de presse, avertis par les anciens de ce qui les attend à l'examen. Celui-ci est donc plus une formalité qu'une véritable épreuve. Mais le seul fait qu'ils se soumettent à l'« examen » les oblige à reconnaître le statut subordonné de leur métier. Par cet examen, le pouvoir leur signifie qui commande et qui est le maître de l'information en Chine.

-
- c'est un honneur de soutenir la science et un déshonneur d'être ignorant ou superstitieux,
 - c'est un honneur de travailler d'arrache-pied et un déshonneur de s'installer dans la facilité et le confort,
 - c'est un honneur de s'unir et de s'entraider et un déshonneur de tirer profit de l'autre,
 - c'est un honneur d'être honnête et de mériter la confiance et un déshonneur de s'écarter de la morale dans la poursuite du profit,
 - c'est un honneur d'être discipliné et respectueux de la loi et un déshonneur d'enfreindre la loi et la discipline,
 - enfin, c'est un honneur de vivre pleinement en travaillant dur et un déshonneur de s'adonner au luxe et au plaisir,

f) Timides progrès du droit à l'information

Malgré les interdits qui continuent d'entraver le travail des journalistes chinois, ces dernières années ont vu l'adoption de lois et de règlements favorables à l'information du public.

Au 1^{er} novembre 2007 est entrée en vigueur la « *loi sur les réponses aux situations d'urgences* »⁶⁷. Alors que la Chine est frappée par un grand nombre d'accidents de mines, son article 53 oblige « *les gouvernements en charge d'une urgence à fournir des informations coordonnées, exactes et rapides sur l'urgence et ses développements* ». Cette obligation d'information vise les autorités locales qui cachent souvent à leurs administrés la réalité d'une catastrophe, mais aussi à la hiérarchie de l'État. Cependant, la même loi contrebalance l'obligation d'information en précisant qu'« *il est interdit aux unités et individus de fabriquer ou de diffuser de fausses informations concernant les urgences et les efforts des gouvernements pour gérer les urgences* ». La notion de « *fausses informations* » est floue ce qui permet d'englober toute nouvelle que les autorités ne souhaitent pas voir diffusée. Les médias jugés coupables de diffusion de « *fausses informations* » peuvent être fermés.

Le 1^{er} mai 2008 est entré en vigueur le Règlement sur la divulgation publique d'information gouvernementale. Son article 1 indique que ce Règlement est édicté afin que « *les citoyens, personnes légales et les autres organisations obtiennent des informations gouvernementales en accord avec la loi* »⁶⁸.

L'article 9 précise que les administrations doivent divulguer « *de leur propre initiative* » les informations gouvernementales relatives aux « *intérêts vitaux des citoyens* », celles qui doivent être connues « *du plus grand nombre* », celles qui

⁶⁷ <http://english.peopledaily.com.cn/90001/6251540.html>

⁶⁸ www.law.yale.edu/documents/pdf/Intellectual_Life/Ch_OGI_Regualtions_Eng_Final_051607.pdf

« présentent la structure, les fonctions et les procédures de travail des administrations ».

Toutefois, ce droit à l'information ne signifie pas que toutes les informations gouvernementales deviennent accessibles au public. Les autorités gardent le pouvoir de décider de ce qu'il est vital aux citoyens de savoir, comme le rappelle l'article 8 : *« les informations gouvernementales divulguées par les autorités administratives ne doivent pas menacer la sécurité de l'État, la sécurité publique, la sécurité économique et la stabilité sociale »*. De plus, l'article 14 indique que *« les administrations ne doivent pas divulguer des informations gouvernementales qui comportent des secrets d'État »*.

Ces textes constituent des pas en avant en direction d'une plus grande information de l'action des autorités. Ils sont complétés par des dispositions de la Cour populaire suprême en faveur d'une extension de l'accès public aux procès. Ils concrétisent la naissance d'un droit balbutiant à l'information alors que les textes relatifs à l'information portaient jusque-là en priorité sur la protection des secrets d'État.

Toutefois, ces réformes comportent toutes des restrictions au droit à l'information qui en limitent la portée et rendent difficile le travail des journalistes sur les sujets sensibles : manifestations, corruption de dirigeants, pollutions, etc. De surcroît, les autres lois et règlements qui restreignent la liberté d'information, notamment la notion de secrets d'État, restent en vigueur. De plus, édictées au plan national, elles restent souvent lettres mortes au niveau des autorités locales. Enfin, il n'existe toujours pas de loi sur la presse qui stipulerait les droits des journalistes. Le projet d'une loi sur la presse a avorté avec la répression du 4 juin 1989. Près de deux décennies plus tard, son absence symbolise toujours les limites des réformes du droit à l'information en Chine.

2) Les chiens de garde de la presse

a) Le Département de la propagande (宣传部)

Rebaptisé officiellement Département de la publicité, le Département de la propagande ne continue pas moins d'être désigné par son ancienne appellation par tous ceux qui ont affaire à lui, en premier lieu les journalistes chinois. Sa réputation à la peau dure, d'autant plus que la nouvelle appellation est purement cosmétique. Sur le fond, ses fonctions sont restées les mêmes : s'assurer que la presse joue un rôle de courroie de transmission d'informations du pouvoir vers la population et que les voies dissonantes sont supprimées.

Loin d'être une réminiscence du passé, « *le Département central de la propagande du Parti communiste chinois (PCC) tient, dans la période actuelle, un rôle central de guide pour toute la société chinoise, rappelle Anne-Marie Brady. Le Département central de la propagande contrôle le Système de propagande et d'éducation (xuanjiao xitong) (...) A travers ses fonctionnaires en place à tous les échelons de la bureaucratie qui s'assurent de la bonne application de l'idéologie actuelle en Chine, le système de propagande touche à pratiquement tous les aspects de la vie dans la République populaire de Chine.* »

⁶⁹ Son rôle « *est similaire à celui de l'Eglise dans l'Europe médiévale. (...) Les propagandistes chinois sont comme des prêtres guidant leurs ouailles.* »

Le Département central de la propagande est un organe du comité central du Parti communiste. Il commande à l'Administration générale de la presse et des publications (AGPP), comme tous les départements du PCC le font par rapport à leur alter ego de l'État. Gouverneurs de provinces et maires de municipalités, tous membres du Parti communiste, exercent les fonctions de chefs des Départements locaux de la propagande.

⁶⁹ Anne-Marie Brady, *op. cit.*, pp. 57-58.

Le pouvoir du Département de la propagande se manifeste de trois façons : la nomination des dirigeants des médias, les directives adressées aux rédactions, des formations politiques pour les journalistes.

Le Département de la propagande nomme directement les dirigeants des médias nationaux comme le *Quotidien du Peuple*. Les départements de la propagande locaux nomment les directeurs de journaux de leur ressort. Par exemple, les dirigeants de médias de rang municipal comme le *Dongfang* sont nommés conjointement par le maire et le Département local de la propagande.

Deuxième pouvoir du Département de la propagande : le contrôle du contenu des informations diffusées au public. Ashley Esarey résume le processus : « *le Département central de la propagande, aidé par ses branches locales, détermine les standards nationaux acceptables pour les informations. Les exigences de contenus sont exprimés dans des circulaires de propagande : des documents contenant des instructions spécifiques pour les médias nationalement. Leurs contenus est tiré de ce qui est communément appelé des chuífenghui ou "réunions coup de vent" auxquelles participent des hauts dirigeants, y compris ceux du Département central de la propagande. Le Département central de la propagande synthétise l'essence de chaque chuífenghui, ajoute des instructions pour le traitement de sujets sensibles ou d'informations spécifiques et distribue ces circulaires via fax aux branches locales du Département de la propagande qui ensuite envoient les circulaires de propagande à tous les médias chinois. Les circulaires de propagande peuvent exiger des médias qu'ils utilisent les reportages de médias nationaux telle que l'agence Chine nouvelle, le Quotidien du Peuple, ou CCTV.* »⁷⁰. Le contrôle a priori de l'information est complété par la vérification a posteriori. Celui-ci est l'œuvre de comités de relecture. « *À Shanghai, le Département de la propagande a créé une institution secondaire de surveillance des contenus des médias composée de 20 journalistes et éditeurs à la retraite qui reçoivent des salaires*

⁷⁰ Esarey Ashley, *op. cit.*, p. 4.

*des médias pour lesquels ils ont anciennement travaillé. Appelé le Petit groupe d'évaluation mensuel, cette institution remplit en moyenne 2,5 rapports par mois sur les tendances importantes ou problématiques dans les contenus des médias audiovisuels et imprimés. »*⁷¹

À la différence de l'AGPP, dont les procédures respectent au moins des lois et des règlements rendus publics, le département de la propagande n'a aucune loi à respecter, fonctionne dans le secret et dans l'arbitraire le plus total. Comme le souligne le correspondant du *New York Times*, Howard French : « *les censeurs chinois opèrent dans le secret. Leurs ordres sont diffusés oralement aux responsables des rédactions dans des milliers de journaux, sites web et chaînes de télévision de sorte qu'il ne reste pas de trace écrite. Le département de la propagande n'a pas d'adresse publique ou de téléphone et ne répond pas aux questions concernant ses activités. »*⁷²

Evoquer l'existence du département de la propagande et demander comment il interfère dans le travail d'une rédaction provoque le plus souvent une gêne chez les journalistes interrogés. C'est que non seulement l'existence du Département de la propagande trace une différence radicale entre les presses chinoise et étrangère, elle constitue aussi une menace sur la sécurité des journalistes qui risquent d'être sanctionnés s'ils révèlent à l'extérieur le contenu des circulaires de propagande.

En privé, le Département de la propagande est l'objet du mépris de nombreux journalistes et universitaires chinois. Mais sa puissance et la crainte qu'il inspire les empêchent le plus souvent de s'exprimer publiquement. C'est donc avec surprise, qu'en avril 2004, Jiao Guobiao, alors professeur au Centre d'études des médias et des communications de l'université de Pékin, publie une violente charge contre le Bureau de la propagande : *Déclaration de campagne contre le*

⁷¹ Esarey Ashley, *op. cit.*, p. 5

⁷² Howard French, « Earthquake Opens Gap in Controls on Media », *New York Times*, 18 mai 2008.

Département central de la propagande ⁷³. Il affirme notamment que le Département de la propagande « est un empire noir dans lequel les rayons de la loi ne pénètrent pas ». « Le secteur médiatique chinois est un vaste système, mais sa contribution au progrès social et au bien-être est sérieusement limitée car le Département central de la propagande qui a réussi à faire régresser les choses à travers ses contrôles », estime Jiao Guobiao. Il ajoute que « le Département central de la propagande considère les 9,6 millions de kilomètres carrés de la Chine comme sa propriété privée et prive du droit de parole toute personne qu'il n'approuve pas ». Il poursuit sa diatribe en dénonçant le fait que les oukases du Département de la propagande ne peuvent être discutés : « aucun des "non" qu'il diffuse n'est contrôlé ; ils sont tous des cristallisations d'idioties qui portent atteinte au gouvernement et au Parti. Le meilleur exemple est donné quand ils disent qu'un reportage va "affecter la stabilité". Est-ce qu'il va vraiment affecter la stabilité ? Ont-ils enquêté à ce sujet ? Ont-ils effectué des recherches ? Comment sont-ils arrivés à cette conclusion ? Il n'y a pas un soupçon de science là dedans, juste de la stupidité, de la fainéantise, de la brutalité ! » Le Département de la propagande « a seul le pouvoir dans tout le pays pour décider ce que les médias peuvent ou ne peuvent pas dire ». Malgré les immenses pouvoirs du Département de la propagande, « même si vous passez dans toutes les rues de Pékin vous ne verrez pas un signe du Département central de la propagande. Si vous appelez les renseignements au 114, vous n'obtiendrez pas un numéro du Département central de la propagande. Si vous cherchez sur internet, vous tomberez sur une page vierge pour le Département central de la propagande. C'est une organisation qui a fermé ses yeux et ses oreilles et qui vit contre des temps qui changent. »

Troisième moyen de contrôle des médias : l'organisation de sessions de «formation» pour les journalistes. « À chaque niveau du gouvernement, le

⁷³ Jiao Guobiao, *Declaration of the campaign against the Central Propaganda Department*, <http://www.asiamedia.ucla.edu/article.asp?parentid=17004>. Consulté le 1^{er} octobre 2007.

Département de la propagande joue un rôle majeur dans la surveillance des éditeurs et des journalistes à travers un système national d'enregistrement et une obligation de participer à des sessions de formation politique dans lesquelles l'attitude des professionnels des médias est évaluée en fonction de leur loyauté au Parti », explique Ashley Esarey ⁷⁴. Ces sessions portent sur « le marxisme, le rôle dirigeant du PCC dans les médias, la loi sur le copyright, la loi sur la diffamation, la loi sur la sécurité nationale, les règlements encadrant le contenu des informations et l'éthique journalistique avant le renouvellement des cartes de presse (...). Un endoctrinement politique complémentaire a lieu lors de retraites périodiques de formations pour étudier l'idéologie politique du Parti et par la participation à des réunions régionales et nationales soulignant le rôle important des médias d'information dans le travail de la pensée. »

b) L'Administration générale de la presse et des publications (AGPP) (新闻出版总署)

Rattachée au gouvernement central, l'Administration générale de la presse et des publications (AGPP) est le pendant public, au niveau de l'État, du Département central de la propagande pour le Parti communiste. *« Il semble qu'une division du travail ait émergée entre le Parti et le gouvernement, dans laquelle le Parti se concentre sur la définition générale de la politique, de l'application et de la promotion de la ligne du Parti en matière de propagande tandis que les services gouvernementaux sont chargés de la régulation des aspects structurels et industriels des stratégies de communication »*, résume Zhao Yuezhi ⁷⁵.

Créée en 1987, le rôle de l'AGPP est d'appliquer dans le domaine de la presse écrite les directives du Département de la propagande, ainsi que de fixer le cadre réglementaire de l'activité des publications. *« La réalisation concrète des*

⁷⁴ Ashley Esarey, *op. cit.*, p. 3.

⁷⁵ Zhao Yuezhi, *Communication in China. Political economy, power, and conflict*, Ney York, Rowman & Littlefield, 2008, p. 24.

conseils politiques du Département central de la propagande est l'œuvre d'organisations étatiques comme l'administration d'État des publications, le Bureau de la sécurité publique, le ministère de la Culture, les journaux du Parti ou non, les stations de télévision, etc. », explique Anne-Marie Brady ⁷⁶.

L'AGPP est organisée de façon pyramidale : son administration comporte des niveaux central, provincial et municipal. Chaque niveau administratif de l'AGPP est en charge des publications de son territoire. L'AGPP ne s'occupe pas de la radio et de la télévision. Ces derniers dépendent du Bureau d'État de la radio, du cinéma et de la télévision.

L'AGPP gère les numéros d'enregistrement (*kanhao*) que doivent solliciter les journaux et magazines avant de commencer la publication. Elle les sanctionne également lorsqu'ils enfreignent la loi. C'est aussi l'AGPP qui délivre la carte de presse aux journalistes, à l'issue d'un examen centré sur la connaissance et le respect par le candidat des procédures de l'"information socialiste".

A la différence du Bureau de la propagande, l'AGPP tient pignon sur rue et sur internet ⁷⁷.

c) L'agence Chine nouvelle (新华社)

Xinhua (Chine nouvelle) est l'agence de presse officielle de la République populaire de Chine. Son siège est à Pékin et son président directeur général a rang de ministre au Conseil des affaires d'État (gouvernement).

Xinhua compte près de 10 000 employés, un réseau mondial de correspondants dans une centaine de pays et des bureaux dans toutes les provinces et grandes villes chinoises. Elle diffuse ses dépêches en chinois et en plusieurs langues étrangères (anglais, arabe, espagnol, français, russe, portugais). L'agence commande aussi un important groupe de presse.

⁷⁶ Anne-Marie Brady, *op. cit.*, p. 62.

⁷⁷ <http://www.gapp.gov.cn/GalaxyPortal/inner/zsww/frame.jsp>

Chine nouvelle a signé des accords d'échanges de dépêches et de photos avec les agences de presse internationales, notamment Reuters et l'AFP. Toutefois, elle est loin d'atteindre le niveau de qualité et la crédibilité des autres agences d'informations mondiales. La faute à son statut d'agence officielle du pouvoir chinois et à son rôle de filtre pour les informations en provenance et à destination de l'étranger.

C'est par Xinhua que le Parti communiste et le gouvernement chinois diffusent leurs informations auprès de la population chinoise et en direction de l'étranger. Lorsque le Département central de la propagande leur en adresse l'ordre, les médias chinois sont dans l'obligation de reproduire les dépêches de Chine nouvelle. Ce phénomène contribue à l'uniformité des journaux chinois lors de grands événements nationaux, par exemple la mort d'un dirigeant national. Il empêche aussi la publication d'articles et d'opinions originales sur les politiques et décisions du gouvernement.

Les journaux chinois ont l'interdiction de s'abonner aux services des agences de presse internationales. En principe, toutes les dépêches et photos des agences étrangères doivent d'abord passer par Chine nouvelle. Celle-ci censure les informations qui ne conviennent pas au pouvoir chinois. Toutefois, le développement d'un marché chinois de l'information et les évolutions technologiques, notamment l'émergence d'internet, ont remis en cause la capacité de Chine nouvelle à maintenir son monopole sur l'information diffusée en Chine. D'une part, les rédactions et les internautes ont désormais un accès direct par les réseaux électroniques aux informations des agences diffusées sur les sites d'informations comme Yahoo!. Il devient ainsi plus difficile à Chine nouvelle de passer totalement sous silence un important événement mondial. D'autre part, des journaux comme le *Donfang* se sont donnés les moyens d'un accès direct aux photos des agences de presse internationales.

Face à ces évolutions, l'agence officielle améliore ses services. Le temps n'est plus où elle passait sous silence les accidents d'avion ou les drames miniers.

Mais ses prestations ne satisfont pas toutes les attentes des journaux qui veulent une couverture moins positive de l'actualité et souhaitent disposer d'un choix plus vaste d'images afin de pouvoir se différencier les uns des autres. Menacé dans ses pouvoirs, Chine nouvelle recourt à des méthodes administratives pour protéger son statut et ses revenus. En 1996, l'agence a édicté, avec l'accord du gouvernement, un règlement « *Sur les méthodes d'administration pour la publication en Chine d'informations économiques par les agences de presse étrangère* ». Ce texte vise le marché florissant des informations économiques et financières. Dominé par les agences Reuters et Bloomberg, ce marché est en pleine croissance et profite de la création de bourses de valeurs à Shanghai et à Shenzhen. Selon ce texte, les agences de presse étrangères doivent obtenir l'accord de Chine nouvelle pour diffuser leurs informations en Chine. Le marché ne cesse cependant de vouloir se passer de Chine nouvelle. C'est pourquoi, l'agence se voit obligée de rappeler ses prérogatives dans un nouveau texte promulgué le 10 septembre 2006, toujours avec le soutien du gouvernement : les « *Mesures pour l'administration de la diffusion de nouvelles et d'informations en Chine par les agence de presse étrangères* »⁷⁸. Ce texte affirme notamment dans son article 4 que « les agences de presse étrangères ne doivent pas solliciter directement des souscriptions pour leurs services d'actualité et d'informations en Chine ». Elles doivent passer par des agents désignés par Chine nouvelle. Les Mesures de 2006 dépassent le cadre des règlements de 1996 puisqu'elles visent tous les types d'informations des agences de presse étrangères, pas seulement celles relatives à l'économie. Elles concernent donc également les photos d'actualité, preuve indirecte que ce marché s'est développé dans la décennie écoulée.

Ces textes permettent à Chine nouvelle de filtrer les informations qui entrent en Chine. Ainsi, l'article 11 des Mesures de 2006 interdit aux agences de presse étrangères de diffuser en Chine des informations « *qui sapent l'unité nationale,*

⁷⁸ http://english.gov.cn/2006-09/10/content_383755.htm

la souveraineté et l'intégrité territoriale de la Chine », « qui mettent en danger la sécurité nationale, la réputation et les intérêts de la Chine », « qui répandent des fausses informations, troublent l'ordre économique et social de la Chine ou qui sapent la stabilité sociale de la Chine ». Le flou dans la formulation des interdits permet toutes les interprétations restrictives. Il est clair que les auteurs du texte veulent notamment empêcher la diffusion incontrôlée en Chine d'informations relatives aux manifestations, au Tibet, à Taiwan, etc.

Chine nouvelle raisonne aussi en termes commerciaux. En fait, l'agence ne cherche pas à empêcher toute entrée des nouvelles internationales. Au contraire, elle la souhaite en raison des commissions qu'elle espère capter au passage.

Mais incapable de fournir elle-même les informations factuelles que demandent les médias et le public, elle use de son pouvoir discrétionnaire pour obliger les agences de presse internationales à passer des accords avec elle. Ce qui est valable pour le très lucratif marché des informations économiques l'est aussi dans une moindre mesure pour le marché des photos d'actualité.

Les évolutions commerciales et technologiques n'ont pas conduit à la disparition de Chine nouvelle. L'agence reste le chien de garde d'un pouvoir solidement établi à Pékin. Ainsi, il reste impossible aux journaux qui ne sont pas nationaux de réaliser eux-mêmes des photos des dirigeants chinois. Comme par le passé, seuls Chine nouvelle ou les journaux « centraux » comme le *Quotidien du Peuple*, sont habilités à le faire. Par ailleurs, lors d'événements importants en Chine, le Département de la propagande envoie des circulaires aux médias leur enjoignant de diffuser seulement les dépêches de Chine nouvelle. Bien souvent, ces circulaires sont appliqués à la lettre. Comme le constate l'association Reporters sans frontières (RSF) : *« malgré la privatisation relative du marché des médias chinois, rien ne se dit et rien ne s'écoute sur les sujets sensibles en Chine sans l'accord préalable de l'agence gouvernementale. »*⁷⁹ Selon RSF, une

⁷⁹ Reporters sans frontières, *Xinhua : la plus grande agence de propagande du monde*, septembre 2005. http://www.rsf.org/article.php?id_article=15169.

des caractéristiques de Xinhua est « *l'absence systématique de tout écho donné aux voix critiques* ».

d) L'agence Nouvelles de Chine (中国新闻社)

Dénoté couramment CNS d'après son sigle anglais, l'agence Nouvelles de Chine vit à l'ombre de sa grande sœur Chine nouvelle. Créée en 1952, elle a pour tâche première de fournir des informations aux Chinois d'outre-mer :

communautés chinoises dans les pays occidentaux, compatriotes de Hong Kong et de Macao, habitants de Taiwan. Ce flux fonctionne de la Chine vers l'Outre-mer aussi en sens inverse ainsi qu'entre les régions d'Outre-mer. Depuis la commercialisation des médias chinois, elle s'est diversifiée en s'appuyant notamment sur internet.

Elle dispose d'un réseau de bureau à l'étranger et produit à présent aussi de l'information internationale et dispose d'un service de photographies d'actualité. Du fait que son public vit dans la plupart des cas dans des pays aux environnements médiatiques plus ouverts que ceux de Chine continentale, l'agence adopte un style moins officiel que Chine nouvelle et produit parfois des informations originales. CNS a créé en 2000 le magazine *Xinwen Zhoukan* (新闻周刊).

Conclusions provisoires

La libéralisation qui a précédé la répression du printemps démocratique de Pékin, en 1989, s'est avérée éphémère et dangereuse pour ses acteurs. Les journalistes en ont conclu que seule la commercialisation des journaux et la professionnalisation peuvent améliorer la situation de la presse en général et de la leur en particulier. Pouvoir, journalistes et lecteurs ont ainsi trouvé un compromis dont l'émergence des journaux commercialisés constitue le principal résultat en matière de presse depuis le milieu des années quatre-vingt-dix.

Le rappel des impressionnantes contraintes réglementaires et des organismes chargés de surveiller la presse ne doit pas masquer les changements intervenus. Lire la presse contemporaine chinoise sous le seul prisme du contrôle reviendrait à nier les évolutions intervenues. Plus riches en revenus grâce à la publicité, plus divers en formes éditoriales que la presse officielle, les journaux commercialisés irritent parfois le pouvoir en raison de leur velléité d'indépendance. Cependant, ils restent sous la coupe du Parti communiste. Le Département de la propagande veille toujours à la conformité des informations diffusées par rapport aux normes du Parti communiste. Les autorités reconnaissent le besoin d'une information plus diversifiée et trouvent un intérêt économique à la commercialisation des médias. Mais elles font toujours obstacle à la liberté de la presse. Par le biais du système d'enregistrement préalable des journaux, elles cooptent les acteurs du marché de la presse. Même si l'agence Chine nouvelle a perdu son monopole, elle fait toujours obstacle à la libre circulation de l'information en Chine même et entre la Chine et l'étranger. Le pouvoir a aussi réussi à réorganiser les titres au sein de groupes de presse plus faciles à contrôler. Ainsi, le système actuel « *empêche les quotidiens de devenir des institutions civiles indépendantes en dehors de l'appareil du Parti/État ou des pseudo organisations civiles dominées par le Parti* », souligne Zhao Yuezhi ⁸⁰. L'évolution actuelle des médias chinois, de la presse en particulier, fait débats. Trois points de vue différents sont en concurrence, résume la chercheuse Xin Xin. « *Le point de vue optimiste suggère que la concurrence entre médias chinois, ainsi que la conscience de plus en plus élevée des codes et normes journalistiques occidentaux vont encourager les journalistes chinois à agir à la base contre le contrôle idéologique et politique actuel.* » ⁸¹ Le point de vue pessimiste estime que « *ce qui se passe en Chine relève plutôt de la commercialisation sans indépendance ou de la libéralisation sans*

⁸⁰ Zhao Yuezhi, *op. cit.*, p. 127.

⁸¹ Xin Xin, « Editorial », *Media in China*, dans *Westminster Papers in Communication and Culture*, Vol. 3, Number 1, March 2006, p. 3

démocratisation »⁸². Enfin la voie du milieu juge que « *la libéralisation graduelle en Chine est de nature économique, mais ses conséquences pourraient finir par déborder dans l'arène politique.* »⁸³

Au tournant du millénaire, alors que les dushibao viennent à peine d'assurer leur hégémonie sur la presse chinoise, l'arrivée d'internet bouscule à nouveau le paysage de la presse. Elle place les journaux papier chinois face aux mêmes défis qu'en Occident, liés à la vitesse de circulation de l'information sur le réseau électronique et à la possibilité donnée aux internautes de contribuer à sa production. Mais, dans le contexte chinois de contrôle de l'information par le pouvoir, internet place les dushibao à la remorque de l'information véhiculée sur le réseau, y compris en images.

⁸² Xin Xin, *ibidem*.

⁸³ Xin Xin, *ibidem*.

LA PHOTOGRAPHIE D'ACTUALITÉ EN CHINE

De la fondation de la République populaire de Chine, en 1949, aux années quatre-vingt-dix, la photo d'actualité s'inscrit dans le seul principe de l'information socialiste et sert à illustrer les progrès du pays. Au tournant du siècle, l'ouverture du pays sur l'étranger, les réformes du secteur de la presse, les changements technologiques provoquent une demande accrue en images que satisfait la naissance d'un marché de la photo d'actualité.

Ce chapitre ne résume pas toute l'histoire de la photographie d'actualité en Chine. Il rappelle certains faits et tendances importants, choisis en raison de leurs conséquences à long terme.

A. Photographier à l'ombre de Sha Fei

En même temps que Chine nouvelle devient l'agence de presse officielle du nouveau régime, en 1949, elle confie la gestion de son service photo à une figure historique de la photographie chinoise : Sha Fei ¹. Ce dernier s'est illustré durant les années de guerre civile et de résistance contre l'invasion japonaise en suivant les troupes communistes. Son parcours résume à lui seul celui de la photographie d'actualité chinoise à cette époque : d'abord documentaire pour décrire la misère populaire et la brutalité de l'envahisseur japonais, il en vient à illustrer le courage et l'héroïsme des soldats communistes, avant de photographier de façon positive les réalisations du nouveau régime. Comme si avant 1949, rien de positif n'existait en Chine en dehors du Parti communiste et qu'après cette date plus rien de négatif ne subsistait. Sha Fei est exécuté en 1950 pour l'assassinat d'un docteur japonais. Mais sa conception du rôle de la

¹ Sha Fei, *Photographic florilegium of Sha Fei, a famous photographer*, Guangzhou, 2005.

photographie d'actualité comme soutien de la propagande du régime n'en influence pas moins toute une école de photographes. Ces derniers sont pour la plupart issus de l'armée et occupent les postes de responsabilité à Chine nouvelle, que ce soit à Pékin ou bien dans les branches provinciales de l'agence de presse. Ils sont alors quasiment les seuls fournisseurs de photographies pour la presse.

« À partir des années cinquante, et durant plus de 20 ans, le principe d'“information socialiste“ a constitué un serre-tête placé sur l'esprit des photojournalistes. Selon ce principe, la photo doit servir la politique, ne peut que faire l'éloge de la grande patrie, ne peut que dire des choses positives, ne peut qu'être de la propagande. Elle peut tout faire, sauf documenter », résume Chen Xiaopo ², photojournaliste à Chine nouvelle. Cette conception propagandiste de l'image a pour effet qu'*« aucun pays normal n'a laissé de trous dans l'histoire de la photographie comme la Chine ».*

L'image du serre-tête employé par Chen Xiaopo ne signifie pas pour autant que les photographes étaient contraints en permanence. Au contraire, les photographes de Chine nouvelle adhéraient sincèrement au principe de l'information socialiste. À l'époque, *« les photographes étaient libres de circuler et de prendre des photos comme ils le voulaient, soutient Dave Clark. Mais par loyauté envers le nouveau gouvernement, ils ne prenaient que des images positives. »* ³ Photos de dirigeants souriants et entourés d'admirateurs, travailleurs modèles, réalisations du régime, manifestations lors de mouvements politiques initiés par Mao Zedong sont quelques uns parmi les thèmes favoris qui dominent l'iconographie de la période. Comme le résume Karen Smith, *« durant les trois premières décennies de la Chine nouvelle, la photographie*

² Chen Xiaopo, « Awakening of News Photography », dans *Photographing China – Highlight of 50 years of Chinese Photography*, Beijing, 2006, p. 170.

³ Dave Clark, *China, photography and famine: a critical investigation into the development of chinese photographic culture and its representation of the period 1958-62*. PhD, 2004. A Paraître.

relevait du ministère de la propagande »⁴. La photographie prend d'autant plus de place qu'elle est à cette époque le seul média visuel qui permet au pouvoir de toucher la totalité de la population sous sa juridiction. « *Face à des myriades de dialectes régionaux et de langues ethniques (dont beaucoup ne possédaient même pas le vocabulaire nécessaire à la présentation des idées socialistes), la photographie parlait un langage compréhensible par tous* »⁵, rappelle Karen Smith.

En 1954, Hou Bo, la photographe personnelle de Mao Zedong, réalise la célèbre image du dirigeant, debout sur une plage, la veste flottant au vent. Cette image sert de modèle aux statues du Grand timonier que vont édifier villes, entreprises et universités. Comme pour les articles, le milieu des années cinquante voit un relâchement provisoire des contraintes. Il culmine avec le mouvement des Cent fleurs. Durant une brève période, en 1957-1958, la Chine s'ouvre à des photographes étrangers, notamment Marc Riboud, Henri Cartier-Bresson et Robert Cohen. Toutefois, le mouvement des Cent fleurs s'achève sur la répression des intellectuels qui avaient cru à la volonté de réforme du Parti communiste.

Loin de se libéraliser, la Chine se referme en même temps qu'elle rompt avec l'Union soviétique. Mao Zedong engage le pays dans le dramatique Grand bond en avant qui provoque la plus grande famine de l'histoire mondiale. Durant les "Années noires" de 1960 à 1962, une trentaine de millions de personnes meurent de faim. Cette période est l'objet du travail de Dave Clark⁶. A partir du constat de l'inexistence de photos de la famine, il examine toutes les raisons qui pourraient l'expliquer. Il rappelle d'abord qu'« *il y a eu de nombreuses famines en Chine après l'introduction de la photographie (...) mais qu'il n'existe aucune archive d'images de famine prises par des photographes chinois* ». Bien qu'encore rares, les appareils photos et l'équipement nécessaires pour s'en servir

⁴ Karen Smith, « Prenez ça ! », dans *China. Portrait d'un pays*, Taschen, 2008, p. 91.

⁵ Karen Smith, *ibid.*

⁶ Dave Clark, *op.cit.*

(films, bains, etc.) étaient disponibles au moment du Grand bond en avant, au moins pour les photographes de Chine nouvelle. De plus, les photographes, notamment ceux de Chine nouvelle, avaient accès aux zones touchées par la famine. S'ils ont pris des photos, elles peuvent avoir été détruites par les Gardes rouges lors de la Révolution culturelle ou bien par leurs auteurs par souci de se prémunir de la répression. Mais Dave Clark en arrive à une conclusion troublante : « *il n'y a pas de preuve qu'au moins une photo de famine ait été prise durant la famine chinoise de 1958-1962 comparable à celles prises par des photographes occidentaux de famines. Et il existe de fortes présomptions que ces photographes en étaient dissuadés à cause d'une culture photographique optimiste et la peur d'une répression sévère s'ils étaient surpris en train d'en faire.* »⁷

Le pays connaît quelques années de répit après la famine, au début des années soixante, mais la période est trop courte pour influencer le travail des photographes. Dès 1966, Mao Zedong plonge le pays dans la Révolution culturelle. Le nombre de journaux baisse drastiquement de 1966 et 1976 et ce qu'il en reste n'est rien d'autre que de la paraphrase du Grand timonier. À la différence du Grand bond en avant, des photographes documentent les événements de la Révolution culturelle, y compris dans ses manifestations les plus violentes. Cette différence d'attitude s'explique par le fait que la famine du Grand bond en avant constituait "naturellement" un événement négatif indigne d'être pris en image par des photographes soucieux d'illustrer les réalisations positives du régime, tandis que les manifestations de la Révolution culturelle sont perçues de façon positive par les photographes qui en sont les témoins, voire les acteurs. Li Zhensheng est l'un d'entre eux.

Lui-même Garde rouge, Li Zhensheng se dit « *emballé* » par la Révolution culturelle, du moins à ses débuts. « *Comme des centaines de milliers de Chinois,*

⁷ Dave Clark, *op.cit.*

*je croyais en Mao »*⁸. Il prend des images des manifestations, de séances de critiques publiques, d'exécutions, dans la province septentrionale du Heilongjiang. Le souci de l'information n'est pas premier chez Li Zhensheng. Il prend ces images parce qu'il croit que les actions dont il témoigne sont positives et bonnes pour le pays. « *Je me rendis compte que je me devais de documenter cette période tumultueuse. Je ne savais pas vraiment si je m'y ingéniais au nom de la Révolution, si je le faisais pour moi ou pour l'avenir. Néanmoins, j'étais certains que mon appareil photo était l'outil que je devais utiliser pour sauvegarder une trace des événements en cours »*⁹. Li Zhensheng n'est pas le seul photographe à documenter la Révolution culturelle. Mais il manifeste une double particularité. La première est de prendre le risque de cacher les négatifs au lieu de les détruire quand la Révolution culturelle se retourne contre lui ; la deuxième est de décider de publier ses photos à l'étranger alors que leur diffusion est encore impossible en Chine. Cette décision lui vaut d'être mal vu par nombre de ses confrères qui lui reprochent de montrer une image "négative" de la Chine aux étrangers.

Les manifestations du printemps 1976 en l'honneur au Premier ministre Zhou Enlai qui vient de décéder marquent un tournant. « *Beaucoup d'historiens de la photo prennent Avril 1976 pour la date de naissance de la libre photographie en Chine et le développement du documentaire impartial »*, souligne Dave Clark¹⁰. Le tournant réside dans le fait que les photographes prennent eux-mêmes l'initiative de documenter les manifestations, sans y être ordonnés par leur journal. La diffusion des images s'opère dans des cénacles privés de Pékin et hâte l'arrivée au pouvoir de Deng Xiaoping.

Toutefois, la répression du Mur de la démocratie, en 1980, met fin à l'expression de critiques à l'égard du régime. Par conviction, et par crainte de la répression, les cercles intellectuels approuvent la politique d'ouverture et de réforme lancée

⁸ Li Zhensheng, *Le petit livre rouge d'un photographe chinois*, Phaidon, 2003, p. 71.

⁹ Li Zhensheng, *op. cit.*, p. 79.

¹⁰ Dave Clark, *op. cit.*

par Deng Xiaoping. La photographie perd à nouveau toute autonomie et redevient l'instrument de la politique. Au début des années quatre-vingt, la photo ne fait encore, au mieux, qu'illustrer le texte dans des journaux qui ne comptent que 4 ou 8 pages. Lorsque l'image est présente, elle figure le plus souvent des dirigeants politiques lors de leurs activités officielles ou sont des mises en scène pour illustrer la "joie socialiste".

De premiers changements ont lieu au milieu des années quatre-vingt. Favorisé par les réformes économiques, le nombre de journaux commence à augmenter ainsi que la demande en photos. En 1985, Jiang Qisheng, président de l'Association des photographes de presse, affirme que la photo devrait jouer dans les journaux chinois un rôle aussi important que les articles. En 1986, Mu Qing, directeur général de l'agence Chine nouvelle incite la presse à « *voler avec deux ailes* », l'écrit et l'image ¹¹. L'agence de presse officielle renforce alors son service photo et commence à diffuser des images en rapport avec les loisirs et les thèmes de société. Deux journaux publiés à Pékin se montrent à l'avant-garde. « *À une époque où les photos ne trouvent presque pas à se faire entendre, ces deux journaux leur accordent une plus grande place, les photos deviennent les principaux éléments de la page et obtiennent une voix indépendante*, raconte Chen Xiaobo. *En 1986, le China Daily est le premier journal à publier une photo selon les normes internationales. Il publie des photos de grande taille au centre de la page. Peu après, le Zhongguo Qingnianbao publie également chaque jour des photos de grands formats pour raconter des événements quotidiens* » ¹². En 1988, les organisateurs du concours du World Press Photo organisent une exposition à Pékin intitulée « *Semaine de la photographie d'actualité mondiale* ». Elle est l'occasion pour les photographes chinois de prendre connaissance de la production et des standards internationaux de la photographie de presse. Par ailleurs, ces années voient le

¹¹ Song Xiaogang, *One Country, Two Perspectives: Photojournalism in Mainland China and Hong Kong*, Journalism and Media Studies Centre, Hong Kong, May 2003, p. 5.

¹² Chen Xiaopo, *op. cit.*, p. 171.

départ vers l'étranger de milliers d'étudiants chinois. Parmi eux, certains étudient la communication et le journalisme et découvrent les conceptions occidentales de l'information.

La répression des manifestations de 1989 met fin à cette phase d'ouverture. Elle se clôt sur la photo du manifestant qui, près de la place Tiananmen, réussit à bloquer provisoirement une colonne de chars. L'image fait le tour du monde et devient l'une des plus célèbres photographies d'actualité. En Chine, la publication de cette image primée par le WPP est toujours interdite et elle est inconnue des jeunes générations. La photo ne figure pas dans le livre *Photographier la Chine*, édité 2006, qui prétend raconter un demi-siècle de photographie d'actualité en Chine. Signe que malgré tous les changements intervenus depuis 1989, la censure joue toujours un rôle important.

B. La grande soif de photos d'actualité depuis 1992

Il faut attendre la relance des réformes économiques en 1992 et la commercialisation de la presse pour que la photo d'actualité prenne son véritable envol en Chine. « *Les choses ont changé depuis le milieu des années quatre-vingt-dix quand les réformes en Chine ont été étendues au secteur des médias, ce qui a permis la création de nombreux journaux et magazines supplémentaires et a finalement changé le rôle du photojournalisme en Chine* », souligne Zeng Huang, directeur de l'agence China Features, filiale de Chine nouvelle tournée vers la vente de photos chinoises à des médias étrangers. Le changement est d'abord quantitatif. De nombreux facteurs contribuent à une forte augmentation de la demande de photos d'actualité. En premier lieu, la croissance du nombre des publications, passé de 1444 en 1990 à 1938 en 2006¹³. Non seulement le nombre de journaux augmente, mais aussi leur pagination.

¹³ *China Statistical Yearbook 2007*, p. 860.

Un journal comme le *China Daily* comportait 4 à 8 pages en 1992. En 2008, le même journal compte couramment 24 pages, hors supplément. La tendance est la même pour le nombre de magazines publiés. Encore la pagination d'un journal comme le *China Daily* destiné aux étrangers installés en Chine est-elle modeste comparée à celle qu'atteignent les journaux commercialisés à destination du public chinois. Ces derniers comportent couramment une quarantaine de pages et peuvent atteindre la centaine.

L'augmentation de la demande de photos d'actualité est d'autant plus forte que les journaux accordent une place croissante à l'image. Comme dans tous les pays, le texte tend à occuper moins d'espace, au bénéfice du blanc et des images. Le nombre de pages sans photo diminue tandis que le nombre de photos par page augmente, ainsi que leur taille.

Aux évolutions dans la quantité et dans la qualité des photos diffusées s'ajoute une extension du champ thématique des images. Introuvables dans la période précédente, les photos de sport, de loisirs, de société, etc. remplissent à présent les journaux. Mais aussi les photos d'événements dramatiques ou spectaculaires. « *Tout visiteur en Chine en 2004 lisant un journal peut immédiatement voir que les Chinois ont changé d'attitude quand il s'agit d'illustrer une tragédie,* remarque Dave Clark. *Des photos de guerre du monde entier, de meurtres, et même de famine sont à présent habituelles dans les colonnes d'actualité et de reportages de la presse chinoise.* »¹⁴ Cependant, ajoute-t-il, « *quand il s'agit de photos au sujet de la Chine, il continue d'exister des réserves, en particulier si le sujet peut être lié d'une façon ou d'une autre à la politique du gouvernement.* »¹⁵ Il n'empêche : « *la Chine a changé et bien qu'elle n'expose pas volontairement ses problèmes, elle n'empêche plus le processus de documentation.* »¹⁶

¹⁴ Dave Clark, *op. cit.*

¹⁵ Dave Clark, *op. cit.*

¹⁶ Dave Clark, *op. cit.*

L'effectif des photojournalistes augmente en même temps que le nombre des publications. Les journaux existants créent ou étoffent leurs services photo ; chaque création d'un nouveau journal commercialisé ou d'un nouveau magazine s'accompagne de l'ouverture d'un nouveau service photo. Les petits services comptent à peine 3-4 photojournalistes, les plus importants peuvent en compter une quinzaine ou plus, comme dans le cas du *Dongfang*. Dans la mesure où le nombre de journaux en Chine a cru de plusieurs centaines depuis 1992 et que les journaux existants ont augmenté la place accordée à la photo, l'effectif des photojournalistes a donc cru de plusieurs milliers.

Par ailleurs, quasi inexistant avant les années quatre-vingt-dix, le métier des éditeurs photos gagne en importance et en autonomie. Jusque-là réalisé par les rédacteurs, les maquettistes ou directement par les photographes, le travail de sélection et d'édition des photos se professionnalise. L'augmentation de l'offre de photos et de la qualité des photos à publier induit un besoin de spécialisation. « *Pendant longtemps, les journaux chinois n'avaient que des photographes et pas d'éditeurs photos. Même s'ils en avaient, ce n'étaient que des débutants dont le travail consistait à assister les photographes. Ces dernières années, la situation a changé, résumait Zeng Huang et Ren Yue, auteurs du livre de référence en Chine sur l'édition photo*¹⁷. *Les journaux qui prêtent attention aux reportages en images commencent à recruter des éditeurs photos avec de hauts salaires. Et il existe de nouveaux journaux qui n'embauchent que des éditeurs photos, pas de photographes, et ne travaillent qu'avec des photographes pigistes. Sur le marché des médias chinois, les éditeurs photos sont une denrée rare, surtout ceux qui ont déjà travaillé en tant que photographes et sont capables de faire éditeur photo. Ces personnes trouvent très facilement du travail.* » En comparant des offres d'emplois pour photographes et éditeurs photos, Zeng Huang et Ren Yue constatent que l'âge minimal demandé pour ces deniers est supérieur à celui des photographes et qu'ils doivent maîtriser

¹⁷ Zeng Huang, Ren Yue, *The handbook of picture editing*, Beijing, 2005, p. 154.

correctement l'anglais. Cette condition est devenue essentielle car elle tient compte du développement du marché des photos par internet. Désormais connectés par réseau électronique à l'offre d'images des agences de presse et de photos étrangères, les éditeurs photos doivent pouvoir rechercher et sélectionner sur leurs sites webs les images qui intéressent les journaux.

Cependant, malgré la reconnaissance du métier d'éditeur photo, les personnes qui exercent cette fonction ne sont toujours pas reconnues comme journalistes. La définition chinoise du journaliste limite en effet le statut aux personnes qui réalisent des reportages et des interviews.

L'influence de la photo sur le lectorat et les ventes est connue en Chine via l'étranger. Il a été notamment importé par des étudiants chinois partis à l'étranger étudier le journalisme et la communication dans les années quatre-vingt et qui sont rentrés en Chine. C'est le cas de Hu Shuli, la créatrice du réputé magazine *Caijing* de Pékin, qui a étudié aux États-Unis. C'est aussi le cas de Zeng Huang. À leur retour en Chine, devenus journalistes, certains publient des articles et des livres qui soulignent l'importance de la photographie dans les publications étrangères.

Dans cette course à la photographie, les journaux commercialisés jouent le rôle moteur. « *Les dushibao constituent l'élément le plus dynamique de la presse chinoise. Ce sont eux qui jouent le rôle essentiel dans l'évolution de la photographie chinoise, souligne Zeng Huang. Les dushibao sont à la pointe pour la photo car ils doivent se battre sur le marché. Pour eux, la photo est un moyen de mener ce combat car elle a un plus grand impact sur le public que le texte* ¹⁸. » Les *dushibao* sont animés par la volonté de se différencier des publications du Parti communiste et de se différencier entre eux, explique de son côté Li Nan : « *Cette volonté se manifeste par l'utilisation des photos et la différenciation des photos entre elles* » ¹⁹. Li Nan illustre le rôle précurseur des

¹⁸ Zeng Huang, interview réalisée le 4 juillet 2008.

¹⁹ Li Nan, « Media photography of the 21st Century », dans *Photographing China*, p. 314.

journaux commercialisés en prenant comme exemple les rubriques « Expression citadine » créées par les journaux *Nanfang Dushibao* (Canton) et *Xinjingbao* (Pékin). « *Leurs photos montrent des gens ordinaires. Aujourd’hui de telles rubriques sont partout, y compris dans certains journaux du Parti car les lecteurs les aiment. Ces photos rendent compte de moments ordinaires, en apparence sans grand sens, mais qui reflètent justement la vie réelle et quotidienne.* » Par ailleurs, Li Nan souligne la tendance des « *photojournalistes, surtout ceux nés à la fin des années quatre-vingt, qui aiment de plus en plus injecter un style personnel dans leurs reportages, et sont de plus en plus doués pour le faire. Loin de s’opposer aux journaux, cette volonté individuelle satisfait le besoin de différenciation des journaux eux-mêmes* ».

La couverture d’événements tragiques constitue un thème essentiel de l’usage de la photo par les *dushibao*. « *Les événements dramatiques ou spectaculaires (accidents, catastrophes naturelles ou humaines, pollution, etc.) sont le domaine dans lequel les dushibao excellent pour l’usage de la photo* », souligne Zeng Huang. Pendant longtemps, ce genre d’informations a été peu traité par les médias chinois car ils étaient perçus par la censure comme des événements négatifs. Pour la presse de propagande, il paraissait inapproprié de les valoriser par l’image. Zeng Huang illustre son propos par l’exemple d’un accident d’avion survenu en Chine en 1992 et dans lequel de nombreux touristes étrangers ont trouvé la mort. « *Chine nouvelle avait couvert l’accident, mais n’en a diffusé que quelques rares photos une fois que l’enquête eut démontré qu’il s’agissait d’un accident et non pas d’un attentat* »²⁰, rappelle-t-il.

Comparés à Chine nouvelle et aux journaux du Parti, les journaux commercialisés réunissent trois conditions favorables au traitement iconographique d’événements tragiques : « *ils couvrent ces événements, leur*

²⁰ Zeng Huang, « *Photojournalism in China: A Decade Change* »
<http://blog.voc.com.cn/sp1/zenghuang/16563642862.shtml>

accordent l'espace suffisant grâce au travail d'édition, et ils ont compris l'importance de l'image pour attirer le lecteur », explique Zeng Huang. Ce constat positif mérite cependant d'être nuancé. Si l'existence d'une catastrophe est à présent rapidement documentée, les journaux commercialisés peinent toutefois à questionner les raisons politiques qui parfois expliquent leur survenue ou leur ampleur, comme le montre encore le cas du tremblement de terre au Sichuan en mai 2008. Ce travail de questionnement journalistique est d'autant plus difficile à mener quand l'événement survient sur le territoire de l'autorité administrative dont dépend le journal. Pour sa part, Song Xiaogang est encore plus critique : *« les images sont relativement plus contrôlées que les mots, car elles peuvent avoir un impact direct et immédiat sur les lecteurs et elles peuvent souligner à quel point la situation est mauvaise. Ainsi, quand quelque chose de mauvais arrive, ce que le lecteur obtient en général des journaux c'est une information textuelle sans photos. »*²¹

Un événement dramatique et un autre d'ordre politique illustrent les possibilités et les limites des journaux commercialisés : l'épidémie de syndrome respiratoire aigu sévère (Sras) de 2002-2003 et les manifestations au Tibet en 2008.

Fin 2002, une épidémie de Sras se répand à partir du sud de la Chine. Son ampleur est minimisée par le pouvoir jusqu'au printemps 2003 quand un médecin d'un hôpital de Pékin révèle à la presse étrangère les véritables chiffres de morts constatés dans son établissement. Le magazine *Caijing* en profite pour révéler des chiffres contradictoires de victimes comptabilisés par l'Organisation mondiale de la santé (OMS) et le ministère chinois de la santé. Désormais incapable de cacher l'ampleur du drame, le pouvoir autorise la presse à rendre compte de l'épidémie. Les médias se lancent alors dans une couverture intensive de l'épidémie. Les photographes entrent dans les hôpitaux, chez les familles touchées par le drame, etc. S'ils ne publient pas les photos de morts, les

²¹ Song Xiaogang, *One Country, Two Perspectives: Photojournalism in Mainland China and Hong Kong*, Hong Kong, 2003, p. 13.

journaux montrent la souffrance des victimes et des familles. Dans son ensemble, la couverture photographique reste dominée par la volonté de documenter la lutte d'une nation unie contre le Sras plutôt qu'à questionner l'état du système de soins chinois. L'épisode de « transparence » s'achève dès que l'épidémie est contrôlée par les autorités. Par ailleurs, elle ne s'est pas étendue à d'autres domaines de l'actualité. Comme le reste des médias chinois, les journaux commercialisés rentrent dans le rang. À l'exception notable du *Nanfang Dushibao* de Canton. Fin décembre 2003, le journal contrevient aux ordres du département de la propagande en révélant que les autorités de Canton ont caché un cas de Sras.

Les manifestations anti-chinoises qui ont lieu au Tibet, en mars 2008, ne font l'objet d'aucun traitement original par les *dushibao*. Dans ce cas, ils n'enfreignent pas les interdits du département de la propagande. Ils n'envoient pas de photojournalistes à Lhassa et dans les régions touchées par les manifestations et les violences. Ils n'auraient d'ailleurs pas pu le faire car la région est fermée par l'armée. Ils doivent donc se contenter de reprendre les informations et les photos de Chine nouvelle qui insistent sur la violence des Tibétains, le caractère raciste des manifestations antichinoises et la retenue des autorités. Comme de coutume, les rares questionnements proviennent de la presse de Canton. Le vice-rédacteur en chef de l'hebdomadaire *Nanfang Zhoumo*, Chang Ping, écrit pour la version chinoise du *Financial Times* un article dans lequel il s'en prend au contrôle de l'information par le gouvernement chinois. Il explique que ce dernier empêche les médias de faire leur travail et favorise ainsi la circulation de rumeurs : « *lorsque les incidents de Lhassa se sont produits, des rumeurs se sont répandues partout, alors que les médias officiels se taisaient comme d'habitude. (...) À part la position officielle du gouvernement, les médias auront-ils l'autorisation de débattre librement de*

*ce sujet et de découvrir d'autres vérités ? »*²². Le propos fait partie d'un éditorial et n'est accompagné d'aucune photo des événements. Toutefois, l'hebdomadaire se démarque en publiant sur une double-page des photos d'un travail réalisé par le photographe Lü Nan auprès de Tibétains chrétiens. Le journal ne se permet pas de remettre en cause la version officielle des événements. Pourtant le seul fait de publier ces photos à cette occasion, au lieu de celles de Chine nouvelle, est une distanciation face à la version des événements diffusée par la propagande. De façon générale, la conviction largement répandue parmi les journalistes chinois que le Tibet appartient à la Chine et que les manifestants sont manipulés depuis l'étranger par le dalai lama freine leur traitement journalistique des événements du Tibet. Dans le cas d'un événement politique aussi sensible que celui-ci, les dangers encourus par ceux qui contreviennent aux ordres du département de la propagande sont aussi nettement plus élevés.

Outre les photos d'événements dramatiques, les journaux commercialisés publient également de nombreuses photos relatives « *au logement, à la mode, aux voitures, aux voyages, à la santé, aux sports*, souligne Zeng Huang. *Ils publient des reportages photos, choses qui n'avaient jamais été vues en Chine avant 1995. Ce sont aussi eux qui publient en couverture des photos d'actualité internationale, chose qui ne se fait que depuis quelques années en Chine.* »²³

C. Querelles d'images

La place croissante accordée à la photographie d'actualité et les nouvelles possibilités d'expression autorisées par la commercialisation des journaux et internet donnent lieu à des controverses publiques. En voici quatre cas exemplaires.

²² Chang Ping, « Where does the truth about Lhasa come from ? », <http://zoniaeuropa.com/200804061.htm>

²³ Zeng Huang, *op. cit.*

En mai 2005, un journal de Pékin, le *Beijing Qingnianbao*, publie la photo, prise le 9 mai 2005, d'un cycliste qui tombe dans un trou dans la chaussée rendu invisible par l'eau de pluie. La scène se déroule à Xiamen, dans le sud de la Chine. L'auteur de la photo, Liu Tao, a été informé de l'existence de ce trou dangereux. Au lieu de prévenir les cyclistes du danger, il attend que l'un d'entre eux tombe dans le trou et enregistre la scène. Ce comportement provoque débat sur les forums de discussion. Pour certains lecteurs, Liu Tao a failli à son devoir citoyen en ne prévenant pas les cyclistes du danger ; pour d'autres, il a fait œuvre d'information. « *Si je n'avais pas pris la photo du trou, le gouvernement n'en aurait pas eu connaissance et d'autres personnes tomberaient peut-être dedans* », se justifie le photographe ²⁴. De fait, le trou dans la chaussée de Xiamen est fermé par les autorités municipales au lendemain de la publication de la photo.

Deuxième exemple : les antilopes tibétaines. La controverse fait suite à l'ouverture de la ligne de chemin de fer qui relie Lhassa à la Chine, le 1^{er} juillet 2006. L'auteur de l'image, Liu Weiqiang, présente toutes les apparences de respectabilité : il occupe un poste dirigeant à l'association des photographes chinois, est vice-directeur du service photo d'un journal et collabore à *Chine nouvelle*. L'image représente un troupeau d'antilopes courant sous un pont que franchit le train qui relie Lhassa. Elle obtient le troisième prix au concours annuel de la photo d'actualité organisé par la chaîne de télévision CCTV de Pékin, fin 2006 ²⁵. Par la suite, elle paraît dans des dizaines de publications chinoises et étrangères.

Le 12 février 2008, un internaute affirme que la photo est le résultat de l'assemblage de deux images grâce à Photoshop, une du train et une du troupeau. La scène décrite n'a jamais existé en réalité. Par la suite, le

²⁴ « A case study for media ethics », ESWN, http://www.zonaeuropa.com/20050513_1.htm

²⁵ « Top ten news photo of the year was faked », http://www.zonaeuropa.com/20080216_1.htm

photographe reconnaît le trucage et affirme qu'il voulait contribuer à la sauvegarde des antilopes.

Troisième exemple : la photographie d'un tigre de Chine du Sud. Cette espèce est supposée disparue en milieu naturel. Cependant, la photo montre un tigre tranquillement couché dans une forêt. Elle est diffusée par Chine nouvelle qui relaie l'information du Service des forêts de la province du Shaanxi, le 12 octobre 2007. L'image aurait été prise le 5 octobre par un paysan, Zhou Zhenglong, employé du Service des forêts du Shaanxi. Le lendemain, beaucoup de journaux publient la photo. C'est le cas du *Dongfang* qui en fait sa photo principale, le 14 octobre 2007.

Mais rapidement, des internautes mettent en doute l'authenticité de la photo. Ils supposent qu'il s'agit d'une mise en scène à l'aide de Photoshop. Certains estiment que la province du Shaanxi a un intérêt trop évident à faire croire que le tigre de Chine du Sud existe encore à l'état sauvage. Ils suspectent aussi le paysan-photographe de vouloir gagner de l'argent : n'a-t-il pas déclaré garder devers soi les meilleures photos dans le but de les vendre ? En novembre 2007, un internaute démontre que la photo du tigre est exactement la même que celle publiée cinq ans plus tôt dans un calendrier de Nouvel an... Finalement, le 29 juin 2008, le Service des forêts du Shaanxi reconnaît que la photo est truquée.

Quatrième exemple : la première photo de la Lune prise par la sonde chinoise Chang'e. Présentée, le 26 novembre 2007, par le Premier ministre Wen Jiabao en personne, la photo doit prouver que la Chine fait partie des rares nations à pouvoir mener ce genre d'exploration spatiale. Mais des amateurs d'astronomie étrangers mettent en doute son authenticité. Pour certains, il s'agit d'une image de la NASA, l'agence spatiale américaine. La rumeur prend une telle ampleur que la Chine doit réfuter ces assertions mais aussi reconnaître qu'une sonde spatiale américaine a déjà pris une image de la même zone lunaire ²⁶.

²⁶ « Moon photo mystery solved »
<http://cosmiclog.msnbc.msn.com/archive/2007/12/04/495870.aspx>

Finalement, une blogueuse américaine, Emily Lakdawalla, démontre que la photo chinoise est originale et porte sur une zone de la Lune photographiée en 1994 par le robot Clementine du Pentagone. Mais elle plonge les autorités chinoises dans l'embarras en démontrant que leur photo a été maladroitement retouchée : au lieu de révéler un nouveau cratère comme le prétend le responsable scientifique de la mission, Ouyang Ziyuan, la photo est le résultat d'une erreur de manipulation au moment d'assembler plusieurs clichés. Emily Lakdawalla conclut son expertise en affirmant que l'image de Chang'e est certes belle, mais que d'un point de vue scientifique, elle ne sert à rien.

De nombreux autres cas de controverses pourraient être mentionnés ²⁷. Elles illustrent la naissance d'un espace public de débats prenant comme objet des images. Ces débats ont lieu pour l'essentiel sur internet et non pas dans les journaux d'information. Ces derniers sont étroitement contrôlés par le pouvoir. Ils ne peuvent pas remettre en cause l'authenticité de photos fournies par le gouvernement ou bien par des organismes publics. Cependant, dans la mesure où le pouvoir ne peut prévenir l'expression d'opinions critiques par les internautes sur des photos *a priori* au-dessus de tout soupçon, les journaux se retrouvent à la remorque des débats lancés par la blogosphère.

Toutefois, les controverses portent sur des images qui ne remettent pas directement en cause le pouvoir du Parti communiste. Ils restent donc dans un domaine toléré par les autorités. Elles ont le plus souvent pour enjeu la question de l'authenticité de l'information contenue dans la photo. Dans le cas de la sonde lunaire Chang'e, elle expose le pouvoir chinois aux critiques formulées par des internautes étrangers. Dans le cas des antilopes tibétaines, elle montre que le photographe n'a pas hésité à recourir au trucage, y compris pour soutenir une cause noble. Dans le cas de la photo du tigre, l'intérêt de la controverse

²⁷ Joel Martinsen, « Searching for honesty among propaganda spinners »
http://www.danwei.org/state_media/clear_water_muddy_journalism.php

réside dans le fait qu'« *elle montre le scepticisme des netizens chinois face aux annonces officielles* », souligne Roland Soong ²⁸.

La photo du cycliste de Xiamen correspond à une catégorie différente car elle intègre un questionnement éthique et professionnel. Elle oppose les tenants d'une vision propagandiste qui tend à empêcher l'enregistrement et la transmission d'une information jugée "négative" et ceux qui estiment qu'il relève du travail du photojournaliste de rendre compte des problèmes afin que les autorités publiques et les citoyens en soient informés.

D. La photo fait son marché

Un marché de la photo d'actualité naît dans les années quatre-vingt-dix pour répondre à la demande croissante, et solvable, en images des médias chinois, notamment des journaux commercialisés. Ces derniers ne peuvent plus se satisfaire des « images socialistes » que leur fournit Chine nouvelle, au demeurant en quantité insuffisante, ni se contenter de celles que produisent leurs propres photographes. Au même moment naissent des agences spécialisées qui élargissent le champ des photos parmi lesquelles les journaux peuvent puiser grâce aux nouveaux éditeurs photos spécialisés.

1) Le Grand bond en avant dans le numérique

La création du marché chinois de la photo d'actualité intervient peu après que le secteur ait connu une profonde mutation en Occident. Jusqu'aux années quatre-vingt, le marché est dominé par les agences spécialisées, notamment Gamma, Magnum, Sigma, Sipa. Fin des années quatre-vingt et début des années quatre-vingt-dix, ce modèle est bouleversé par une série de changements éditoriaux et techniques. Au plan éditorial, les agences photos spécialisées ne répondent pas à

²⁸ Roland Soong, « The South China tiger photographs »
http://www.zonaeuropa.com/20071019_1.htm

l'explosion de la demande en images de la part de la presse de loisirs et des tabloïds. Au même moment, les grandes agences de presse (AFP, AP, Reuters, etc.) créent ou développent leurs propres services photos.

Au plan technique, les changements sont de deux natures : la numérisation des images et la création des réseaux électroniques, notamment l'internet. Les premières tentatives d'utilisation d'appareils numériques pour couvrir un événement ont lieu lors des jeux olympiques de Séoul, en 1988. Mais la véritable conversion des photographes au numérique s'effectue lors des jeux olympiques de Barcelone, en 1992. De son côté, internet prend son essor au milieu des années quatre-vingt-dix. Il rend possible la transmission des images d'ordinateur à ordinateur. Dans la foulée, la capacité de transmission des images par internet va croissante. *« Mais l'étape essentielle, plus importante encore que la numérisation des appareils photos, c'est la conversion au numérique de toutes les étapes de la photo. De la prise de l'image à sa transmission, son traitement, son édition, tout devient numérique. Depuis le photographe jusqu'à l'utilisateur final »*, insiste Jérôme Lacrosnière, co-fondateur de l'agence ImagineChina, à Shanghai ²⁹. Les grandes agences de presse internationales comprennent mieux et plus vite la nature de ces changements que les agences photos spécialisées. De plus, elles ont les capacités financières, organisationnelles et humaines pour s'y adapter plus rapidement. Restée à l'écart de ces évolutions jusqu'au début des années quatre-vingt-dix, la Chine effectue une transition rapide au numérique. D'autant plus que les rédactions n'y sont pas confrontées, comme en Occident, à des réticences professionnelles qui freinent les évolutions. Au contraire, les journalistes chinois sont avides de nouvelles technologies. Cumulées avec la réforme du secteur de la presse et sa commercialisation, ces évolutions mettent fin au quasi-monopole que détient au début des années quatre-vingt-dix l'agence Chine nouvelle sur la fourniture de photos d'actualité à la presse chinoise.

²⁹ Jérôme Lacrosnière, entretien réalisé à Pékin le 24 juin 2008.

2) La fin du monopole de Chine nouvelle

En 1992, l'agence centrale et son réseau de bureaux en province fournissaient encore l'essentiel des photos publiées par les médias chinois. C'est encore nécessairement à travers elle que transitent les photos de l'étranger qui arrivent en Chine ou qui vont de la Chine vers l'étranger. Mais au cours des années suivantes, Chine nouvelle voit sa position concurrencée par de nouveaux acteurs et par la montée en puissance des réseaux électroniques. Dorénavant connectées à internet, les rédactions photos des journaux ont un accès direct à l'offre de photos des agences de presse et agences photos étrangères. Elles peuvent consulter l'offre d'images en direct et télécharger les images haute définition sans passer par Chine nouvelle. « *Le développement de l'internet en Chine a eu un profond effet sur la capacité de Xinhua de contrôler les nouvelles et la photographie d'actualité dans la mesure où de nouvelles agences comme Photocome, Fotoe et ImagineChina ont beaucoup grandi en vendant des photos chinoises et étrangères via une interface web* », souligne Dave Clark³⁰.

Des agences photos indépendantes voient en effet le jour au tournant du siècle, notamment China Photo Press (CFP-Photocome) à Pékin et ImagineChina (IC) à Shanghai. Elles passent des accords avec les agences de presse étrangères. Elles fournissent à la fois le marché chinois en photos de Chine, le marché chinois en photos de l'étranger et les marchés étrangers en photos de Chine. Enregistrées comme entreprises de communication culturelles (文化传播公司) et non pas comme médias d'information comme l'agence Chine nouvelle et les journaux, elles bénéficient d'une plus grande autonomie commerciale. Leurs salariés n'ont pas le statut de journalistes. Toutefois, le Département de la propagande leur adresse également ses directives éditoriales.

³⁰ Dave Clark, *ibid.*

Fondateur de l'agence CFP, Chai Jijun a commencé sa carrière comme éditeur photo au *Zhongguo Qingnianbao* de Pékin, en 1995. « *À l'époque, c'était le meilleur journal pour la photo. Il en publiait une page entière, mais il ne comptait que 8 pages, se souvient-il. Donc beaucoup de photos ne pouvaient être publiées. J'ai eu le sentiment d'un gâchis. D'autant plus que d'autres journaux demandaient des photos. Il y avait un excès de photos d'un côté et un manque de photos de l'autre.* »³¹ Conjugué avec la prise de conscience des possibilités de transmission d'images ouvertes par internet, ce constat conduit Chai Jijun à imaginer « *une plate-forme sur laquelle l'offre et la demande se rencontrent* ». Elle prend la forme d'un site web spécialisé, le premier en Chine en la matière. Aujourd'hui, CFP est la principale agence photo en ligne en Chine, suivie par ImagineChina. Il existe encore d'autres agences mais de moindre importance : Colphoto, Imagetexte etc. L'agence Fotoe est spécialisée dans les images d'archives. Des organes officiels comme le *Quotidien du Peuple*, et l'agence de presse Nouvelles de Chine (à ne pas confondre avec Chine nouvelle), proposent également leurs photos en ligne, mais ils sont nettement moins importants.

De leur côté, installées de longue date en Chine, les grandes agences de presse étrangères (AFP, Reuters, etc.) arrivent maintenant à vendre directement leurs photos à des médias chinois. Elles y sont encouragées par la demande croissante en informations diversifiées, différentes de celles que produit Chine nouvelle. Le temps n'est plus où leurs photos devaient nécessairement transiter par le réseau satellitaire et le fil photo contrôlés par Chine nouvelle. « *Les nouvelles technologies ont dessiné un nouveau paysage et il est devenu aisé pour les agences de presse de diffuser leurs photos en Chine, des clichés dont sont extrêmement friands les médias chinois à la recherche de contenus plus*

³¹ Chai Jijun, entretien réalisé à Pékin le 4 juillet 2008

attractifs, pour mieux vendre », se réjouit Philippe Massonnet, directeur du bureau de l'AFP en Chine de 2002 à 2008 ³².

Le marché compterait environ 500 acheteurs, dont 300 journaux (détenteurs de *kanhao*) solvables. Ils souscrivent à un abonnement ou bien achètent des photos à la carte. Les agences photos sont friandes d'accords d'échanges d'images avec les journaux car leur intérêt est aussi de récupérer le maximum de photos afin de pouvoir les proposer à d'autres acheteurs. En termes de chiffres d'affaires, la presse écrite reste la plus grosse partie de la clientèle, mais celle des moteurs de recherche chinois (Baidu, Sina, QQ, etc.) augmente. Significativement, le tout premier client de CFP fut Sina.com. Outre la fourniture d'images, les agences photos proposent à leurs clients la mise à disposition ou la vente de systèmes de gestion numérique des photos, tel Fotostation.

Les différents types d'agences concluent des accords entre elles. Ainsi, en 2007, Chine nouvelle a des accords avec Reuters et l'AFP ; China Photo Press avec Getty, ImagineChina avec l'AFP, Associated Press et Magnum. Ces accords prévoient des échanges de photos et de diffusion mutuelle. Par ailleurs, chaque journal négocie des accords spécifiques avec des fournisseurs. Par exemple, le *Dongfang* reçoit les photos de Chine nouvelle. Mais dans le souci de multiplier la gamme de photos disponibles, il souscrit aussi au service de China Photo Press et achète des photos à la carte à ImagineChina. De plus, il a signé un contrat avec l'agence Reuters en 2007 et il en avait un avec l'AFP en 2006. Cette multitude de canaux permet au journal de contourner les limites qu'imposent les contrats d'exclusivité signés entre les agences de presse internationales et les agences chinoises. En effet, Chine nouvelle ne propose aux journaux chinois qu'une partie des photos de Reuters. Deux raisons expliquent ce tri : d'une part, son accord commercial avec Reuters ne lui donne accès qu'à une partie de la production de l'agence britannique ; d'autre part, l'agence

³² Philippe Massonnet, *Pour en finir avec le miracle chinois*, 2008, p. 221.

officielle censure les photos qui contreviennent au credo du Département de la propagande.

Parti de quasiment rien en 2000, le marché chinois de la photo d'actualité a connu une forte croissance. Il a bénéficié de l'émergence des *dushibao* et de la montée en puissance des moteurs de recherche. En 2007, il représenterait un total d'environ 1 milliard de yuans (100 millions de euros). Sur ce total, la part de la photo d'actualité dépasserait les 200 millions de yuans. Chine nouvelle en capterait près de la moitié avec une centaine de millions de yuans. Les chiffres d'affaires de CFP et d'ImagineChina seraient de 30 à 40 millions de yuans ; ceux de l'AFP et de Reuters de l'ordre de 10 à 20 millions de yuans. « *Plus de 60% des photos d'actualité est commercialisé sur internet*, précise Chai Jijun qui souligne l'importance du piratage. *Chine nouvelle reste la référence en raison de son statut d'agence officielle. Mais le marché existe bel et bien et c'est un progrès. Il oblige Chine nouvelle à s'améliorer* », souligne Chai Jijun ³³. De fait, « *L'arrivée des agences photos et de presse étrangères et le développement des sites internet des agences photos chinoises ont cassé le monopole qu'exerçait Chine nouvelle comme agence officielle* », soulignent Zeng Huang et Ren Yue ³⁴.

L'AFP joue un rôle très actif sur le marché. Elle a conclu un accord avec Chine nouvelle en 1995 en vertu duquel les deux agences se partagent à moitié les revenus des ventes en Chine. « *Dans la pratique, l'AFP ne maîtrise pas les ventes qu'effectuent Chine nouvelle. Nous nous contentons d'encaisser un chèque à la fin du mois* », précise Philippe Massonnet ³⁵. Depuis quelques années, les revenus tirés de la vente directe à une douzaine de clients chinois dépassent ceux générés par l'accord avec Chine nouvelle. « *La proportion des recettes entre ventes directe et via Chine nouvelle est de l'ordre de 60-40% en faveur des premières.* » Le directeur du bureau de Pékin explique que « *les*

³³ Chai Jijun, entretien réalisé le 4 juillet 2008.

³⁴ Zeng Huang, Ren Yue, *op. cit.*, p. 197.

³⁵ Philippe Massonnet, entretien réalisé le 21 juillet 2008.

journaux nous sollicitent car ils ont besoin de davantage de photos, plus variées et meilleures que celles de Chine nouvelle. Celle-ci en propose 50 à 60 par jour, l'AFP plusieurs milliers ! Nous n'avons même pas besoin de vraiment démarcher ». Au total, les ventes de l'AFP en Chine atteignent « plusieurs centaines de milliers d'euros », indique Philippe Massonnet qui préfère rester discret sur le montant exact. A l'occasion des Jeux olympiques de Pékin, l'AFP a conclu avec le fournisseur d'accès internet Sina.com un important accord qui lui permet de financer les frais de sa couverture de l'événement sportif par une équipe de quelque 200 personnes. « C'est la première fois que l'AFP autofinance ainsi une couverture de JO », se réjouit Philippe Massonnet.

3) Chine nouvelle fait de la résistance

Les professionnels du marché de la photographie d'actualité estiment que son développement reste bridé. Plusieurs facteurs expliqueraient ce phénomène : le fait que les journaux commercialisés ne sont pas des journaux nationaux, l'importance de la piraterie des images, l'ampleur du non-paiement des photos. Ces facteurs pèsent sur le prix des photos. Une photo ne coûte que de 50 à 100 yuans, selon la taille, la couleur, la publication et l'emplacement dans un quotidien. Les tarifs sont supérieurs dans les magazines mais restent modestes, de 150 à 200 yuans la photo. Mais surtout, le développement du marché se heurte au rôle de l'agence officielle Chine nouvelle.

Régulateur du marché puisque le gouvernement lui confère le monopole de l'importation des informations internationales, Chine nouvelle est aussi un acteur majeur en concurrence avec les autres agences. Elle est donc à la fois juge et partie. L'agence officielle Chine nouvelle fait obstacle au commerce direct de photos entre médias chinois et agences étrangères. Chien de garde du pouvoir pour l'information étrangère, elle évite que le public chinois n'apprenne de l'évolution du monde extérieur autre chose que ce que le régime veut lui en montrer. Mais Chine nouvelle poursuit aussi un objectif financier. Elle préserve

la rente économique que lui confère le monopole de la diffusion de photos étrangères en Chine grâce à des accords avec des agences de presse étrangères comme Reuters.

Son pouvoir est tel que le marché de la photo d'actualité n'a pas d'existence légale. Les accords de diffusion de photos signés par CFP et ImagineChina avec des agences de presse internationales, ainsi que ceux entre les agences de presse étrangères et des médias chinois, restent éminemment fragiles et sous la menace de Chine nouvelle. Cette situation les empêche de lancer de véritables campagnes de promotion auprès des médias chinois et les oblige à la discrétion. Parmi les professionnels du marché de l'image d'actualité chinois, il subsiste ainsi une interrogation : quelle serait la taille du marché si l'agence Chine nouvelle ne limitait pas son exploitation ? D'ailleurs, ce n'est pas un hasard si les agences photos chinoises (Photocome, ImagineChina, etc.) relèvent du secteur de la communication et non pas de celui de la presse et que leurs employés n'ont pas le statut de journalistes.

Cette situation explique l'impossibilité d'obtenir des données précises sur l'état du marché et les chiffres d'affaires exacts des différentes agences. Le marché de la photo d'actualité n'est que toléré par les autorités et l'agence Chine nouvelle aussi longtemps qu'il ne remet pas en cause le pouvoir du Parti communiste.

D'ailleurs Chine nouvelle rappelle régulièrement aux agences de presse étrangères et aux médias, qu'en principe, toutes les informations internationales doivent transiter par elle. Le 10 septembre 2006, elle publie les « *Mesures pour l'administration de la diffusion de nouvelles et d'informations en Chine par les agence de presse étrangères* »³⁶. Ce texte affirme notamment dans son article 4 que « les agences de presse étrangères ne doivent pas solliciter directement des souscriptions pour leurs services d'actualité et d'informations en Chine ». Les entreprises qui contournent la règle peuvent être sanctionnées ou fermées. En tous les cas, elles subissent une pression réglementaire et économique car les

³⁶ http://english.gov.cn/2006-09/10/content_383755.htm

médias chinois sont obligés de s'abonner à ses services. Le fait pour un média de souscrire au service d'une agence de presse étrangère ou d'une agence photo privée chinoise ne le dispense en effet pas de devoir recevoir, payer, diffuser des photos de Chine nouvelle, même si au plan éditorial ces images ne l'intéressent pas. Cela revient à faire payer aux journaux chinois deux fois le service de souscription à des photos d'actualité et génère un important surcoût.

Ainsi, seuls les accords que signent Chine nouvelle avec des agences de presse étrangères sont pleinement légaux. Les autres accords évoluent dans une zone grise. « *Nous travaillons dans une semi-clandestinité, confie Chai Jijun. En Chine, il subsiste des philtres pour les contenus. Acheter des photos du dalai lama à une agence de presse étrangère n'est pas un problème d'argent pour un journal, mais celui-ci n'a pas envie de s'attirer les ennuis du bureau de la propagande. Pour cette raison, les ventes directes en Chine de la part des agences de presse étrangères sont difficiles. Elles travaillent dans une sorte de semi-clandestinité et leur marché n'est pas très grand.* »³⁷ La fréquente absence de mention des crédits d'origine des photos constitue le symptôme de cette semi-clandestinité. Philippe Massonnet constate « *un paradoxe en Chine : l'AFP y est très réputée pour ses photos, mais 90% des utilisateurs de nos photos ne peuvent pas les créditer !* »³⁸

4) L'Organisation mondiale du commerce (OMC) entrouvre le marché

Le traité d'adhésion de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) ne comportait aucune disposition sur les services d'information en particulier. Pékin estimait par conséquent que les agences de presse étrangères ne sont pas autorisées à diffuser et vendre directement leurs nouvelles en Chine. L'agence Chine nouvelle s'est prévalué de cette situation pour rappeler en septembre 2006

³⁷ Chai Jijun, entretien réalisé le 4 juillet 2008.

³⁸ Philippe Massonnet, entretien réalisé le 21 juillet 2008.

qu'elle dispose du monopole de la distribution et de la publication d'informations d'agences de presse étrangères, sous toutes ses formes : texte, photo, infographie. Ce rappel sonnait comme une volonté de Chine nouvelle de profiter du juteux marché des informations économiques financières produites notamment par Reuters et Bloomberg. Il revenait à donner à l'agence un rôle de régulateur et de concurrent bénéficiant d'un monopole en Chine. En somme, Chine nouvelle se voulait juge et partie intéressée aux bénéfices.

Cependant, le traité d'adhésion de la Chine à l'OMC comporte aussi une clause qui prévoit la liberté de circulation de l'information financière. La Chine considérait que les fournisseurs étrangers d'information financière sont simplement des agences de presse et qu'elles n'ont donc pas de droit d'accès direct au marché chinois. Mais en 2008, l'Union européenne et les États-Unis s'appuient sur cette clause et menacent de porter plainte à l'OMC contre la Chine pour irrespect du protocole d'adhésion. En novembre 2008, la Chine annonce se plier à leur demande. Le nouvel accord signé prévoit la création d'un régulateur indépendant au 1^{er} janvier 2009.

Cette situation ouvre de nouvelles possibilités. Tout dépend en effet de la définition que l'on donne des catégories d'informations économiques et financières. Nul ne doute plus que le cours de la bourse d'une action à la bourse de New York soit une information financière qui peut être vendue directement par une agence de presse à un client chinois. Mais qu'en serait-il de manifestations anti-gouvernementales à Pékin contre la vie chère ou bien la corruption ? Bien que de nature avant tout politique, cet événement pourrait avoir des répercussions économiques et financières. En tout cas, les acteurs de l'économie ont besoin de connaître ce genre de nouvelles. La diffusion de cette information en Chine par des agences de presse étrangères heurterait dans ce cas directement la volonté du gouvernement chinois de préserver son monopole sur l'information politique.

E. La photo documentaire en pleine lumière

La photographie d'actualité chinoise n'est pas la seule à avoir le vent en poupe. Elle participe d'un phénomène global favorable à la photographie dans lequel le genre documentaire joue un rôle important.

Festivals et expositions en Chine et à l'étranger valorisent depuis une décennie la photographie documentaire chinoise. De Arles à Houston, de Pingyao à Canton, la photographie documentaire chinoise est à la mode. Ses auteurs trouvent des lieux et des publics intéressés à la vision d'images d'une Chine changeante, notamment à l'étranger. S'y ajoute leur fréquente participation à des concours de photographie, notamment celui du World Press Photo qui accorde au vainqueur de prix un surcroît de réputation.

C'est d'abord le festival de photographie de Pingyao qui attire l'attention. Créé en 2001 à l'initiative du français Alain Jullien sur le modèle des festivals d'Arles et de Perpignan, il rassemble des centaines de photographes et fait événement. Son succès attire sur lui l'attention de l'officielle Association des photographes chinois qui le récupère. Alain Jullien aide alors le Musée d'art du Guangdong, à Canton ³⁹, à monter des expositions photos.

Tenue en décembre 2003, la première exposition de Canton intitulée *Humanisme en Chine* consacre la reconnaissance internationale de la photographie documentaire chinoise, d'autant plus qu'elle fait par la suite le tour du monde. En 2005, le Musée d'art du Guangdong lance la Biennale de la photo de Guangzhou. La manifestation de 2005 est consacrée aux Villes et celle de 2007 à l'Evolution.

Parmi les photographes chinois qui ont trouvé ainsi un public international, on peut citer Yang Yankang et Lu Guang, tous deux passés au festival Visa de Perpignan. En 2002, Yang Yankang y présente son travail sur les catholiques dans les régions reculées chinoises. Deux années plus tard, c'est au tour de Lu Guang d'exposer sa documentation d'un village du Sida dans la province du Henan. Ce travail lui a valu un prix au WPP. « *La plupart des photographes qui peuvent être cités aujourd'hui étaient inconnus avant la très récente explosion de l'intérêt pour le travail photographique d'artistes contemporains, phénomène essentiellement né, il faut le noter, chez les conservateurs de musées, galeristes et collectionneurs européens et américains* », remarque Karen Smith ⁴⁰.

Même si les genres documentaire et d'actualité ne se recoupent que partiellement, ils manifestent des points en commun. En premier lieu, la concomitance dans le temps : les deux genres connaissent sont en plein croissance entre le milieu des années quatre-vingt-dix et le tournant du millénaire. « *La photographie documentaire chinoise a vraiment commencé au*

³⁹ Pierre Haski, « Canton, chef-lieu de la photo », *Libération*, 3 février 2005.

⁴⁰ Karen Smith, *op. cit.*, p. 89.

*milieu des années quatre-vingt-dix, explique Zeng Huang, lui-même photographe documentaire. Avant, dans les années quatre-vingt, il n'y avait pas vraiment de photo documentaire en Chine. Les photographes réutilisaient pour le documentaire des photos prises à l'occasion de reportages pour leurs journaux. »*⁴¹

Cette concomitance dans le temps s'explique en partie par un deuxième point commun : ce sont souvent les mêmes photographes qui travaillent dans des médias d'actualité comme les journaux commercialisés qui réalisent aussi des photographies documentaires. La possession d'une carte de presse leur permet d'accéder à des endroits interdits au commun des mortels. Souvent, lors de leurs reportages, ils prennent des photos pour leurs publications et d'autres à des fins documentaires. Pour autant, une partie des photographes documentaires a coupé les ponts avec les journaux ou bien ne veut pas être confondu avec les photojournalistes. *« Les types de photographies ne se recoupent que partiellement, estime Gu Zheng. Il est vrai qu'une partie des photographes de presse fait aussi de la photo documentaire, mais la plupart des photographes documentaires ne font pas de photojournalisme. La raison en est double : d'une part, ils n'ont pas la carte de presse et font d'autres métiers à côté ; d'autre part, ils n'aiment pas ne pas pouvoir contrôler l'usage de leurs photos, par exemple via l'édition dans un journal qui ne prend au mieux que quelques photos dans une série qui en comporte des dizaines. »*⁴² Organisateur

d'expositions photos en Chine, Alain Jullien abonde dans un sens similaire : *« devant le manque d'intérêt des médias pour le reportage socialement engagé, les photographes évoluent vers des sujets très personnels avec une photographie de plus en plus intimiste »*, résume-t-il⁴³.

Dernier point commun entre les deux genres : une volonté de se distancer du pouvoir. *« Le genre documentaire permet à des photojournalistes qui travaillent*

⁴¹ Zeng Huang, entretien réalisé le 4 juillet 2008.

⁴² Gu Zheng, entretien réalisé le 24 juin 2008.

⁴³ Alain Jullien, « Préface » dans *Chinois*, Philippe Picquier, 2004.

pour les journaux de réaliser des travaux plus libres », souligne Zeng Huang ⁴⁴. Curateur d'une exposition tenue à Bates, aux États-Unis, en 2004, Gu Zheng souligne qu'« il existe un parallèle entre la croissance de la photographie documentaire chinoise et les changements dans la société chinoise. L'apparition de travaux avec une vision sociale témoigne du début d'un processus dans lequel la photographie chinoise émerge des contraintes des idéologies d'État. Les photographes prennent des points de vue personnels envers la réalité de la société. Dans les mains des photographes, les appareils photos sont des outils d'enregistrement de transformations dramatiques et d'expérience social au jour le jour tandis qu'ils développent une conception du monde personnelle. » ⁴⁵

La concomitance dans le temps, le recoupement même partiel des personnes et la volonté de se distancer du pouvoir contribuent ainsi à ce que les deux genres de photographies, documentaire et d'actualité, participent ensemble d'un même phénomène que l'on peut qualifier d'âge d'or de la photographie chinoise.

Conclusions provisoires

La photographie d'actualité en Chine au début du XXI^e siècle n'a que peu à voir avec celle des années cinquante. Il est peu probable que des événements dramatiques d'aujourd'hui ne soient pas documentés par des photographes comme ce fut le cas de la famine du Grand bond en avant. La fin du monopole de Chine nouvelle sur la prise de photos et leur transmission rend également peu probable le type de censure grossière encore possible en 1992. L'ouverture de la Chine, l'évolution des techniques, la naissance d'un marché de la photo, la commercialisation des journaux et la nouvelle culture de l'information défendue par les journalistes chinois font passer à la Chine un saut quantitatif et qualitatif. Les nombreux prix qu'obtiennent des photographes chinois dans des concours

⁴⁴ Zeng Huang, interview réalisée le 4 juillet 2008.

⁴⁵ Gu Zheng, *From Country to City. Social Changes of China in Photography*, in Documenting China. Contemporary Photography and Social Change. Bates College Museum of Art, 2004.

internationaux comme le WPP ou bien l'intérêt que suscitent les expositions de photographie documentaire en Chine comme en Occident l'atteste.

Pour autant, le passé porte son ombre sur le présent. La photographie d'actualité n'est pas devenue libre en Chine parce que la liberté de la presse n'y existe pas. Le département de la propagande interdit toujours la publication d'images qui contreviennent au credo politique du régime. Par exemple, toute image de contestation des autorités est totalement interdite. De plus, le pouvoir continue d'orchestrer des campagnes de propagande, y compris photographique, comme celle sur l'aide aux sinistrés du tremblement de terre du Sichuan en mai 2008. Au-delà du rôle répressif joué par le pouvoir, la culture photographique reste marquée par les vieilles habitudes. « *Les Chinois restent encore aujourd'hui très attachés à l'image de leur pays et restent convaincus qu'une image négative du pays pourrait être utilisée par des intérêts étrangers pour discréditer la nation* », rappelle Dave Clark.

Ancien photographe du *Dongfang* désormais employé par l'agence Reuters, Li Jiangshong porte sur la presse chinoise et ses photojournalistes un regard pessimiste. S'il reconnaît les progrès techniques et éditoriaux enregistrés depuis 1992, il affirme aussi que « *les journalistes chinois n'ont toujours pas une claire conception de l'information indépendante. L'idée que le journaliste doit être indépendant du pouvoir, qu'une rédaction décide elle-même de ce qu'elle publie et ne publie pas, que la presse peut être protégée par la loi, tout cela n'est pas évident pour eux.* » Il résume son constat en une formule cinglante : « *les médias chinois dansent certes, mais avec des menottes aux poings* »⁴⁶.

⁴⁶ Li Jiangshong, entretien réalisé le 12 juillet 2008.

LA CARTE D'IDENTITÉ DU *DONGFANG ZAobao*

A. Un journal commandé par le Parti communiste

Voulu par le Parti communiste de Shanghai, le *Dongfang* voit le jour en juillet 2003. Sous les auspices du groupe de presse Wenxin, il fait de la photo un argument éditorial et commercial.

1) Le marché de la presse de Shanghai : concurrentiel, mais fermé

À Shanghai, le nombre de journaux est multiplié par 8,5 entre 1980 et 2000¹. Ils sont 12 en 1980, 81 en 1989. La répression des manifestations de 1989 fait tomber ce chiffre à 77 en 1992. Il augmente à nouveau à partir de 1993 et atteint 101 en 2003, année de la naissance du *Dongfang*. Il reste stable depuis lors. Sur ces 101 journaux, 19 sont des généralistes.

Deux groupes de presse dominant le marché des journaux de Shanghai : le *Jiefang* et le *Wenxin*. Les deux dépendent du comité du Parti communiste de Shanghai. Chaque groupe de presse est constitué d'un organe officiel du pouvoir, souvent le journal le plus ancien du groupe, et d'une série de publications commerciales (quotidiens, magazines). Ces dernières sont pour la plupart nées dans le courant de la diversification et de la commercialisation de la presse dans les années quatre-vingt-dix.

Le groupe *Jiefang* est articulé autour du journal *Jiefang Ribao (Libération)*, l'organe officiel du Parti communiste de Shanghai. Ce journal n'est pas vendu en kiosque, mais bénéficie des souscriptions obligatoires des administrations et entreprises publiques. Le titre phare du groupe *Jiefang* est le *Xinwen Chenbao*

¹ Les chiffres de ce paragraphe sont tous issus du *Shanghai Statistical Yearbook 2007*, p. 479.

(*Le Matin de Shanghai*), journal qui connaît le plus fort tirage parmi les quotidiens du matin dans la métropole. Le *Xinwen Chenbao* est le principal concurrent du *Dongfang*. Le groupe Jiefang est à l'origine du premier journal gratuit distribué dans le métro : le *Metro express (Shidaibao)*.

Le groupe de presse unifié Wenhui Xinmin (en abrégé le groupe Wenxin) est le plus grand de Shanghai. Il est lui-même le résultat de la fusion, le 25 juillet 1998, de deux groupes de presse locaux : le Wenhui et le Xinmin. Le premier détenait le *Wenhui Bao*, un quotidien créé en 1938 à destination des intellectuels, mais qui perdait de l'argent ; le second comportait le quotidien populaire à grand tirage *Xinmin Wanbao*, qui était bénéficiaire. « Cette décision faisait sens pour les responsables du Bureau des médias de Shanghai, mais moins pour les journalistes du Xinmin qui ont vu leur salaire moyen réduit de 6000 yuans à 4000 yuans, tandis que le salaire moyen au Wenhui est passé de 2000 yuans à 4000 yuans », ironise Hugo de Burgh ².

Le groupe Wenxin comprend 5 quotidiens (*Wenhuibao, Xinmin Wanbao, Shanghai Daily, Dongfang Zaobao, Dongfang Jiyu Ribao*), 6 hebdomadaires (*Wenxuebao, Wenhui Dushu Zhoubao, Shanghai Jiakangbao, Xingbao, Shanghai Xingqisan, Waitan Huabao*), 6 magazines (*Xinmin Zhoukan, Xinwen Jizhe, Xinduxin, Jinri Shanghai*) ³.

Bien d'autres publications existent sur le marché de la presse de Shanghai, mais qui ne relèvent pas d'aussi importants groupes de presse que le Jiefang et le Wenxin. Parmi elles, il faut mentionner le journal *Shanghai Qingnianbao (Quotidien de la Jeunesse de Shanghai)*. Propriété de la Ligue de la jeunesse de Shanghai, c'est le deuxième concurrent principal du *Dongfang*.

Ces différentes publications se livrent une rude concurrence pour les lecteurs et les revenus publicitaires. À Shanghai, les revenus publicitaires des médias doublent en six ans, entre 1996 et 2002. Ils sont de 955 millions de yuans en

² Hugo de Burgh, *The Chinese Journalist. Mediating information in the world's most populous country*, 2003.

³ Site web du groupe Wenhui Xinmin : <http://www.news365.com.cn>

1996 et de 1,9 milliard en 2002 ⁴. L'année 2003 se présente donc, semble-t-il, sous les meilleurs auspices publicitaires pour créer le *Dongfang*.

Cependant, les publications évoluent sur un marché qui n'est pas vraiment libre. Le nombre de publications, ainsi que leurs lignes éditoriales, restent contrôlés par les autorités politiques.

2) Le Parti communiste rêve du *Dongfang Zaobao*...

La création d'un journal en Chine relève d'une décision avant tout politique, et secondairement économique et éditoriale. C'est le Parti communiste qui décide de la naissance d'un journal, qui en définit le public, le contenu et la zone de diffusion. Si la croissance des revenus publicitaires facilite la création d'un journal, le Parti communiste prend sa décision en fonction d'objectifs d'abord propagandistes. Son but est de s'assurer que toutes les couches de la population reçoivent d'une façon adaptée les informations du pouvoir. Ce n'est que dans un second temps qu'il confie la réalisation du projet à des professionnels avec la mission de le réaliser par des voies commerciales.

C'est ainsi que le *Dongfang* doit sa naissance à la volonté du Comité du Parti communiste de Shanghai de créer un journal d'informations économique et financière et d'informations générales (*caijinglei conghe*). Ce journal doit s'adresser aux décideurs et aux cadres supérieurs et couvrir la municipalité de Shanghai et les provinces voisines qui forment la zone du delta du Yangzi. Cette décision se fonde sur le constat que Shanghai redevient la capitale économique chinoise et attire un nombre croissant de cadres supérieurs.

Le delta du Yangzi englobe Shanghai et les provinces du Zhejiang (capitale Hangzhou) et du Jiangsu (capitale Nankin). La province de l'Anhui (capitale Hefei) y est parfois ajoutée. Ensemble ces provinces forment un des trois principaux pôles économiques de la Chine. Les deux autres grands pôles sont, au Nord, le couple Pékin-Tianjin ; au Sud, le delta de la rivière des Perles (Canton-

⁴ Bureau des statistiques de la municipalité de Shanghai : www.shtong.gov.cn

Shenzhen). « *L'économie de Shanghai trouve sa cohérence en s'inscrivant dans un ensemble plus vaste, le delta du Yangzi, qui comprend notamment Shanghai, les provinces du Jiangsu, du Zhejiang et de l'Anhui. Son PIB total a atteint 635 milliards d'euros en 2007, soit plus du quart du PIB chinois, pour une population totale de 209 millions d'habitants. Le PIB par habitant y est de 3 000 euros. En 2007, ce territoire accueillait 30,8 milliards d'euros de flux d'investissement direct étranger, soit plus de la moitié des IDE en Chine, estime la Mission économique française de Shanghai. Shanghai est considérée comme la tête de dragon de cet ensemble.* »⁵. Les statistiques officielles chinoises accordent à l'ensemble formé par les trois provinces de Shanghai, Jiangsu, Zhejiang un poids de 18,8% dans le PIB chinois⁶. Ce poids augmente avec les années puisqu'il n'était que de 16,1% en 2000.

Le taux de croissance économique du delta du Yangzi est plus rapide que celui de l'ensemble de la Chine. Selon les années, la différence est de 3 à 5 points de croissance. Par exemple, en 2003, année de la création du *Dongfang*, Shanghai enregistre une croissance de 14,5% contre 10% au niveau national. En 2006, les chiffres sont respectivement de 14,1% et 11,1%⁷.

De plus, Shanghai est lancée dans un processus d'intégration économique avec ses provinces voisines. Alors qu'avant les réformes économiques, les provinces chinoises vivaient en vase clos, la croissance économique multiplie leurs échanges. En même temps se produit un phénomène de spécialisation. Par exemple, les usines textiles quittent le territoire de la Shanghai aux coûts fonciers et salariaux devenus trop élevés, tandis que la cité développe le secteur tertiaire. Le secteur industriel représente encore 60,1% du PIB de la municipalité

⁵ Mission économique française de Shanghai, « *La ville-province de Shanghai* », p. 4.

⁶ *Yangtze River Delta & Pearl River Delta and Hong Kong & Macao SAR Statistical Yearbook 2007*, p. 3

⁷ *Yangtze River Delta*, *ibidem*, p. 3

en 1990, mais seulement 48,5% en 2006 ; dans le même temps, le poids des activités tertiaires passe de 30,9% à 50,6%⁸.

Une répartition des rôles se dessine entre Shanghai et ses provinces voisines : à la grande métropole les fonctions commerciales, financières et portuaires ; aux autres provinces les usines manufacturières qui demandent beaucoup de main d'œuvre. Par ailleurs, les investissements de province à province se multiplient. Au plan des infrastructures, l'intégration régionale se concrétise par de grands travaux : ponts sur le fleuve Yangzi et sur la baie de Hangzhou, réseau d'autoroutes reliant les grandes villes. Les grandes villes et centres industriels sont la destination de millions de travailleurs issus des campagnes à la recherche d'emplois. Shanghai en compterait à elle seule environ 4 à 5 millions, originaires surtout de l'Anhui, du nord du Jiangsu et du sud du Zhejiang. L'intégration des provinces du delta touche aussi l'administration. Une commission de coopération et de coordination économique du Delta du Yangzi voit le jour en 1997. Elle organise, tous les deux ans, une réunion des maires des 16 principales villes du delta. Ce qui fait dire à Chen Jibing, vice-rédacteur en chef du *Dongfang*, que « *le Parti communiste de Shanghai a lancé le concept de delta du Yangzi* ». C'est dans ce type de cénacle que naît l'idée de créer un journal qui s'adresserait aux décideurs de l'ensemble des provinces du delta. En août 2003, quelques semaines après la création du *Dongfang*, le quotidien national *China Daily* consacre un article à « *la renaissance de l'intégration du delta* ». Il expose les motivations politiques qui forment l'arrière-plan de la naissance du *Dongfang*. Selon le journal édité par le gouvernement central à Pékin, l'intégration du delta concerne « *la construction d'un réseau régional de transport et d'information, la création d'un marché unifié, la protection de l'environnement, le partage de l'information et l'amélioration du système*

⁸ *Shanghai Statistical Yearbook 2007, op. cit., p. 59*

financier »⁹. Des objectifs que reprend à son compte le groupe Wenhui-Xinmin : « *le Dongfang Zaobao sert Shanghai et le développement du delta. Il dissémine les informations économiques dans le delta, il reflète les conditions du mouvement économique dans le delta, ses trois lieux de gouvernements, les données publiques sur ce territoire, présente au public les informations de référence pour la décision politique et un guide de la vie* »¹⁰.

La volonté des autorités de créer un journal pour le delta du Yangzi rappelle le rapport entre la presse écrite et la création d'une « *communauté politique imaginée* » soulignée par Benedict Anderson dans le cas des nations. Pour Benedict Anderson, les nations sont composées de personnes qui ne se connaissent pas, ne se connaîtront jamais, mais éprouvent pourtant un fort sentiment d'appartenance commune. Ce sentiment est favorisé par l'émergence du « *capitalisme de l'imprimé qui permet à une masse rapidement croissante de gens de se penser et de se rattacher à autrui en termes profondément nouveaux* »¹¹. Les journaux jouent dans cette perspective un rôle essentiel : « *l'obsolescence du quotidien le lendemain de son impression (...) crée (...), précisément pour cette raison, cette extraordinaire cérémonie de masse : la consommation (« imagination ») quasi simultanée du journal-comme-fiction* »¹², affirme Benedict Anderson. Il ajoute que « *le sens de cette cérémonie de masse (...) est paradoxal. Elle s'accomplit silencieusement, en privé, dans les méandres du cerveau. Pourtant, chaque communiant sait pertinemment que la cérémonie qu'il accomplit est répétée simultanément par des milliers (ou des millions) d'autres, dont il connaît parfaitement l'existence même s'il n'a pas la moindre idée de leur identité* »¹³.

⁹ *China Daily*, « Delta Integration Revving Up », 11 août 2003, <http://www.china.org.cn/english/2003/Aug/72121.htm>

¹⁰ « Présentation du groupe Wenhui-Xinmin », http://38th-zwby.news365.com.cn/wxjj/t20051108_712927.htm

¹¹ Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, 2002, p. 47.

¹² Benedict Anderson, *op. cit.*, p. 46.

¹³ Benedict Anderson, *ibidem*.

Au début du XXe siècle, Gabriel de Tarde avait déjà développé des idées similaires à celles de Benedict Anderson dans le cadre de ses réflexions sur les lois de l'imitation et de la cohésion mentale des foules ¹⁴. En Chine, ces notions prennent un tour très actuel. D'une part, le Parti communiste fonde depuis 1949 sa légitimité sur sa capacité à reconstruire le pays après la période de déclin qu'il a connu depuis le milieu du XIXe siècle. D'autre part, depuis le lancement des réformes économiques en 1979, le pays redécouvre le capitalisme. Enfin, la commercialisation des médias fait écho au « *capitalisme de l'imprimé* » évoqué par Benedict Anderson.

3) ... les groupes de presse créent le journal

Le principe de la création du journal une fois arrêté par le Parti communiste, il sa réalisation est confiée au groupe de presse Wenxin. Celui-ci innove en associant, pour la première fois en Chine, des groupes de presse de provinces différentes à la création d'un journal : le Xinhua de Nankin (province du Jiangsu), le Zhejiang de Hangzhou (province du Zhejiang) et le Nanfang de Canton (province du Guangdong). Par ailleurs, un « *certain groupe financier de Shanghai* » ¹⁵ apporte un soutien financier.

La coopération entre groupes de presse de diverses provinces a été d'abord autorisée par le mystérieux Document 17 adopté par le Parti communiste le 20 août 2001, quelques mois avant l'adhésion de la Chine à l'OMC. Ce document trace le cadre général de la réforme des médias. Il est resté secret et seul en a été rendu public une partie par l'agence Xinhua car il contiendrait l'affirmation que les groupes de presse appartiennent au Département de la propagande du Parti communiste et non pas à l'État.

¹⁴ Gabriel de Tarde : *L'opinion et la foule*, PUF, 1989.

¹⁵ Xu Chunhua, « Baoye kuaqu yu kuozhang jiangcheng qushu » (La tendance à l'extension interprovinciale des journaux), dans *Guoji Guanggao*, juillet 2003, p. 90.

Dans la foulée du Document 17, le gouvernement central a édicté, le 2 juillet 2002, un règlement sur les « *Précisions de l'Administration de la presse et des publications au sujet de la mise en œuvre de l'approfondissement de la réforme de l'industrie de la presse, de la radio, du cinéma et de la télévision* »¹⁶. Publié moins d'un an après l'adhésion de la Chine à l'OMC, son article 5 indique que « *les groupes de presse centraux et provinciaux qui réunissent les conditions d'une gestion interprovinciale peuvent en obtenir l'autorisation* » auprès de l'Administration générale de la presse et des publications (AGPP). Ces créations sont placées sous le contrôle du bureau de l'AGPP dans la province où siège le média. Ces derniers sont invités à « *ne pas faire du protectionnisme local sous quelque forme que ce soit* ».

« *Après quelques années de concurrence au sein des provinces un seuil de saturation a été atteint et les groupes veulent s'étendre à d'autres provinces*, explique Xu Chunhua, observateur du marché publicitaire. *Les marchés locaux sont petits. Si la concurrence augmente, tout le monde est perdant. En même temps, la compétitivité de chacun ne peut être améliorée. En revanche, si les groupes s'étendent dans d'autres provinces, non seulement leur influence augmente mais ils trouvent aussi de nouveaux lecteurs et de nouvelles sources de publicité afin d'augmenter leurs profits* »¹⁷.

« *Le Dongfang Zaobao est le premier journal régional de Chine* », souligne pour sa part la chercheuse Yu Xina¹⁸ alors qu'en Chine n'existent que des journaux Centraux à diffusion nationale et des journaux locaux. Elle reprend à son compte l'impression générale qui prévaut en 2003 : « *le Dongfang Zaobao*

¹⁶ « Précisions de l'Administration de la presse et des publications au sujet de la mise en œuvre de l'approfondissement de la réforme de l'industrie de la presse, de la radio, du cinéma et de la télévision », <http://vip.chinalawinfo.com/newlaw2002/slc/slc.asp?db=chl&gid=65964>

¹⁷ Xu Chunhua, « Baoye kuaqu yu kuozhang jiangcheng qushu » (La tendance à l'extension interprovinciale des journaux), dans *Guoji Guanggao*, juillet 2003, p. 90.

¹⁸ Yu Xina, « Jiexi Dongfang Zaobao qu yuhua dingwei celue » (Analyse de la stratégie de positionnement régional du Dongfang Zaobao), dans *Xinwen Chuanbo*, N° 1, 2004, p. 56.

semble choisir un bon créneau » en essayant de couvrir un territoire intermédiaire.

En dot, le groupe Wenxin apporte l'indispensable numéro d'enregistrement (*kanhao*) et partage avec ses confrères du Zhejiang et du Jiangsu l'investissement en bureaux et en capitaux. Le montant de l'investissement s'élève à « *environ 100 millions de yuans, soit beaucoup plus que pour d'autres journaux chinois* », souligne Lan Hui, de l'université normale de la Chine de l'Est, à Shanghai ¹⁹. De son côté, le groupe Nanfang apporte son expertise et des journalistes expérimentés issus de ses publications, ou bien qui y ont travaillé par le passé. Il se concentre sur les contenus éditoriaux.

L'association du groupe Nanfang à la création du *Dongfang* est originale. Elle témoigne de la volonté du groupe Wenxin de s'inspirer du dynamisme de la presse cantonaise. Basé à Canton, le groupe Nanfang publie, entre autres, le quotidien *Nanfang Dushibao* et l'hebdomadaire *Nanfang Zhoumo*. Ces deux journaux sont les emblèmes de la nouvelle presse chinoise depuis les années 1990 du XXe siècle. Leur succès est fondé sur la publication d'enquêtes originales et les revenus de la publicité. Le groupe de presse Wenxin a voulu s'inspirer du savoir-faire du groupe Nanfang, car comparée au dynamisme de Canton ou de Pékin, la presse de Shanghai semble frappée de torpeur.

De son côté, le groupe Nanfang souhaite en 2003 se développer dans d'autres provinces chinoises. « *Les gens du groupe Nanfang pensaient que l'industrie de la presse de Shanghai était arriérée en termes d'état d'esprit et de compétences pratiques*, souligne Hong Bing, professeur au département de journalisme de l'université Fudan. *Ils sont fiers de ce qu'ils ont réalisé à Canton qui dispose du marché de la presse le plus dynamique de Chine. Ils voulaient s'en inspirer et rééditer leurs succès à Shanghai.* »

¹⁹ Lan Hui, « *Dongfang Zaobao zenmele ?* » (Que se passe-t-il au Dongfang Zaobao ? Analyse des ressources internes du Dongfang Zaobao), juin 2004, p. 1.

Courant 2003, le groupe Nanfang dépêche deux équipes « à la conquête du Nord » : une à Shanghai, l'autre à Pékin. Chaque équipe a pour mission de préparer avec un partenaire local le lancement d'un nouveau journal.

ORIENTAL MORNING POST

东方早报

7月7日 星期一
2003年 农历癸未年六月朔八

又讯 新民晚报报业集团主办 C N31-0009 第1期 今日48版 零售价1元 早报热线962288

抢险现场
建设部核定
上海轨道交通4号线抢险措施

网通攻势
承人上海固定电话市场
普通话费套餐不能申请

世博困境
世界文化遗产
不同程度被商业化

上海蓝屋艺术设计学校
著名画师担任特聘校长
与传统的艺术熏陶
首重设计招生

通用(中国)将增资2.5亿美元 凯迪拉克上海造

凯迪拉克CTS明年也将引入中国制造。

凯迪拉克CTS是通用汽车公司今年计划投产的车型之一。通用汽车公司计划于2003年10月正式投产。凯迪拉克CTS是通用汽车公司今年计划投产的车型之一。通用汽车公司计划于2003年10月正式投产。

凯迪拉克CTS是通用汽车公司今年计划投产的车型之一。通用汽车公司计划于2003年10月正式投产。

淮河:12年来最大洪水

胡锦涛强调要把人民生命安全放在第一位



安徽滁州市遭受特大暴雨，京沪铁路滁州至扬子区间K984-K985段被洪水淹没。

胡锦涛总书记在安徽考察时，多次强调要把人民生命安全放在第一位。

胡锦涛总书记在安徽考察时，多次强调要把人民生命安全放在第一位。

触摸长三角 喷薄的心跳

长三角地区的发展日新月异，经济活力不断增强。从上海到杭州，从苏州到无锡，处处展现出蓬勃的生机。

长三角地区的发展日新月异，经济活力不断增强。从上海到杭州，从苏州到无锡，处处展现出蓬勃的生机。

暴雨袭崇明，一人死亡

陈良宇表示慰问，韩正要求做好善后事宜

崇明岛遭遇罕见暴雨，造成严重人员伤亡和财产损失。上海市委书记陈良宇表示慰问，市长韩正要求做好善后事宜。

崇明岛遭遇罕见暴雨，造成严重人员伤亡和财产损失。上海市委书记陈良宇表示慰问，市长韩正要求做好善后事宜。

华西村选出新党委 吴仁宝退休 四儿子接班

华西村新一届党委已经选出，吴仁宝正式退休，其四个儿子将接班。

华西村新一届党委已经选出，吴仁宝正式退休，其四个儿子将接班。

行洪:唐陵湖实施炸坝

为确保下游安全，唐陵湖实施炸坝工程，目前进展顺利。

为确保下游安全，唐陵湖实施炸坝工程，目前进展顺利。

2003上海街舞公开赛

街舞爱好者们的盛会，展示青春活力，感受街舞魅力。

街舞爱好者们的盛会，展示青春活力，感受街舞魅力。

永达汽车 永达·荣威·起亚·现代·本田·别克

永达汽车 永达·荣威·起亚·现代·本田·别克

La première édition du Dongfang Zaobao, le 7 juillet 2003.

Composée de sept journalistes expérimentés, l'équipe de Shanghai est menée par Shen Hao, directeur et rédacteur en chef du journal. Ancien rédacteur en chef du *21Shiji Huanqiu Baodao*, une autre publication du groupe Nanfang, Shen Hao est aussi rédacteur en chef du *21Shiji Jingji Baodao*. Créé en mai 2002, le *21Shiji Huanqiu Baodao* est fermé par la censure en mars 2003 après avoir publié une interview de Li Rui, un ancien secrétaire de Mao Zedong, qui appelait à des réformes politiques²⁰. Dans le sillage de Shen Hao arrivent aussi plusieurs autres journalistes du groupe Nanfang ou qui y ont travaillé par le passé. Ils sont placés aux niveaux intermédiaires de la hiérarchie du journal. C'est le cas de Chang He, appelée par Shen Hao pour ouvrir le Centre visuel. Les deux hommes s'étaient rencontrés en 2000 quand Chang He travaillait au *Chengshi Huabao*, une publication du groupe Nanfang éditée à Canton. Shen Hao et ses collaborateurs conçoivent le journal et réalisent les numéros zéros à partir de mai.

Toutefois, des divergences entre les groupes Wenxin et Nanfang conduisent au rapide départ de ce dernier. Aucun document public, ni aucun article de presse, n'informent de cette rupture. Si elle est connue de tous les journalistes du *Dongfang*, leurs avis divergent quant à la date précise. Pour les uns, le départ de Shen Hao et de ses sept collaborateurs a lieu avant la sortie en kiosque du premier numéro du *Dongfang*, le 7 juillet 2003 ; pour d'autres, la collaboration se poursuit jusqu'au début de l'automne. Une confusion provient peut-être des numéros zéros promotionnels que le *Dongfang* publie en mai 2003, encore sous l'égide de Shen Hao. Notamment le numéro du 28 mai consacré à l'épidémie de Sras. En tout cas, le divorce intervient étonnamment tôt dans l'histoire du journal.

Les raisons du divorce entre les groupes Nanfang et Wenxin restent également floues. Si le divorce a lieu à l'automne, le poids des raisons économiques est renforcé car entre-temps les résultats décevants de la

²⁰ Zhao Yuezhi, *Communication in China, op. cit.* p. 269.

diffusion ont déjà pu être constaté ; s'il intervient avant le lancement officiel du 7 juillet 2003, ou peu de temps après, les raisons politiques sont évidentes. Cependant, pour les journalistes du *Dongfang* la raison est avant tout politique. Selon eux, à l'été 2003, la municipalité de Shanghai prend ombrage des velléités d'indépendance du journal et veut s'assurer du contrôle éditorial. Selon un photjournaliste, « *les gens du Nanfang ont été évincés. Ils sont partis à cause de la rivalité avec ceux de Shanghai. Le Département de la propagande de Shanghai voulait contrôler le journal et donc que ceux du Nanfang quittent le Dongfang.* »

La nature fermée et bureaucratique du marché des journaux de métropole explique les difficultés de la coopération entre les groupes de presse Wenxin et Nanfang. Malgré les velléités de créer un marché interprovincial des journaux, la coopération entre groupes de presse originaires de provinces différentes et tributaires de branches locales du Parti communiste pose la question de leur contrôle. Alors que le département de la propagande de Shanghai supervise le groupe de presse Wenxin, il se méfie du groupe de presse Nanfang sur lequel il n'a aucun pouvoir hiérarchique car ce dernier dépend du Parti communiste de la province du Guangdong et défend une conception plus ouverte de la presse. Pour la municipalité de Shanghai, accepter une perte de contrôle d'une publication éditée sur son territoire reviendrait donc à concéder une partie de son pouvoir à la province de Guangdong. « *Un conflit de pouvoir a éclaté, raconte un journaliste. La question était de savoir qui contrôle le journal : le département de la propagande de Shanghai et le groupe Wenxin ou bien le groupe Nanfang venu d'ailleurs ? En fait, jusqu'à ce que le groupe Nanfang se retire, on ne savait pas qui contrôlait le Dongfang.* » Toutefois, malgré le départ de Shen Hao et de son équipe, beaucoup de cadres intermédiaires sont restés. « *Ce sont eux qui font vivre le journal selon le moule mis au point par Shen Hao* », raconte un éditeur photo.

Les démêlés avec le pouvoir du *Nanfang Dushibao*, un journal édité à Canton par le groupe Nanfang, contribuent sans doute à effrayer les décideurs shanghaiens. En mars 2003, le *Nanfang Dushibao* révèle l'affaire Sun Zhigang, du nom d'un graphiste originaire de Wuhan battu à mort par des policiers de Canton parce qu'il n'avait pas de papier d'identité sur lui. Relayée par des internautes scandalisés, l'affaire contraint le pouvoir à abroger le décret qui autorise l'arrestation et le rapatriement des travailleurs migrants. Ressentie comme une victoire de la presse et des internautes, l'affaire survient au moment de l'arrivée au pouvoir du président Hu Jintao et du Premier ministre Wen Jiabao qui semblent favorables à une libéralisation. Cette impression est renforcée quand le pouvoir laisse les médias, au printemps 2003, rendre compte de l'épidémie de Syndrome respiratoire aigu sévère (Sras). Toutefois, dès l'été 2003 les autorités reprennent le contrôle des médias dès lors que l'épidémie est jugulée. Cette décision rejaillit sur les événements qui président à la création du *Dongfang*. Pour les autorités de Shanghai, à l'été 2003, l'heure n'est plus à travailler avec le turbulent groupe de presse Nanfang.

La "normalisation" du *Dongfang* qui suit le retrait du groupe Nanfang confirme en tout cas le caractère « *extraordinairement docile* » du système médiatique de Shanghai qui « *ne peut être comparé avec la vigueur journalistique de ses villes sœurs de Pékin et de Canton* »²¹, affirment Lee Chin Chuan, He Zhou et Zhuang Yu. Pour les chercheurs de Hong Kong, cette différence tire ses racines dans l'organisation des pouvoirs dans chaque ville. Selon eux, elle est plus "pluraliste" à Pékin et à Canton qu'à Shanghai. À Pékin, les médias qui relèvent de différents organes du pouvoir central sont non seulement en concurrence entre eux, mais aussi avec ceux contrôlés par les autorités municipales. À Canton, ville à l'avant-garde des réformes, le contrôle des médias est compliqué par le fait que la ville est le siège

²¹ Lee Chin Chuan, He Zhou, Zhuang Yu, « Big City, Small Place: Clientelism and Media in Shanghai », www.allacademic.com/meta/p90188_index.html, 2006, p. 2.

d'autorités provinciale et municipale. De plus, Canton est loin de Pékin et se trouve sous l'influence des médias de Hong Kong. Rien de tel à Shanghai, « *une grande ville, mais un petit endroit* »²², où le contrôle des médias est plus simple par le pouvoir car il se résume au niveau municipal.

L'échec rencontré par le groupe Nanfang à Shanghai ne l'empêche pas de poursuivre son projet de création d'un nouveau journal à Pékin. Celui-ci aboutit, en novembre 2003, au lancement du *Xinjingbao*, en coopération avec le groupe de presse Guangming. Malheureusement, ce succès est de courte durée. En décembre 2005, le rédacteur en chef nommé par le groupe Nanfang, Yang Bin, est évincé après que le *Xinjingbao* eut publié des reportages jugés sensibles en haut lieu. L'ambitieux "campagne du Nord" initié par le groupe Nanfang se solde donc par un double échec à Shanghai et à Pékin.

4) La photographie comme pilier du journal

Le *Dongfang* a la réputation de jouer un rôle pionnier en Chine pour l'utilisation de la photo d'actualité au même titre que deux autres *dushibao* créés par le groupe Nanfang : le *Nanfang Dushibao* édité à Canton et le *Xinjingbao* de Pékin. « *Les trois dushibao les plus dynamiques en la matière, aujourd'hui en Chine, sont le Nanfang Dushibao de Canton, le Xinjingbao de Pékin et le Dongfang de Shanghai* », confirme Zeng Huang, responsable de l'agence China Features²³. « *Le Dongfang fait un usage particulier de la photo, estime Gu Zheng, professeur de photographie à l'université Fudan. Inspiré par des exemples étrangers, il s'en sert pour toucher les cols blancs et viser la qualité.* » Gu Zheng résume ainsi les spécificités du journal en matière de photos : « *le Dongfang publie des photos de taille plus grandes que la plupart des autres journaux chinois et s'en sert comme moyen pour attirer des lecteurs. Il attache aussi une plus grande importance au rapport entre les photos et la mise en*

²² Lee Chin Chuan, He Zhou, Zhuang Yu, *op.cit.*, p. 7.

²³ Zeng Huan, entretien réalisé le 4 juillet 2008.

page. Comparée à un journal comme le Jiefang Ribao, sa mise en page est nettement plus dynamique. Enfin, il veille davantage à la valeur informative de ses photos. »

a) Une culture de l'image

La place accordée à la photo par le *Dongfang* est le fruit d'une réflexion menée à l'occasion du lancement du journal. « *Les générations nées entre 1960 et 1980 constituent le public ciblé par le journal, explique Chang He. Elles sont plus instruites et plus ouvertes sur l'étranger que les précédentes. Elles ont une culture de l'image influencée par l'Occident, notamment via la télévision, la publicité et internet. À la différence de la précédente, cette génération a grandi avec la télévision et internet* ». Côté journalistes, « *les gens qui travaillent dans la presse aujourd'hui ne sont plus les mêmes qu'autrefois, poursuit Chang He. Cela fait presque trois décennies que la Chine est lancée dans la politique de réformes et s'est ouverte sur l'étranger. Les journalistes en activité aujourd'hui sont nés dans les années 70 et 80. Certains, comme moi, ont étudié le journalisme dans les universités chinoises durant les années quatre-vingt-dix* ». Ces réflexions ont été favorisées par la publication, au tournant du siècle dernier, d'ouvrages sur les journaux étrangers. L'importance de la photo y était soulignée. C'est notamment le cas du livre *Les grands journaux des Etats-Unis (Zoujin Meiguo Dabao)* publié en 2002. Rédacteur en chef du journal *Shenzhen Ribao*, Gu Xiaojin a séjourné en 2001 aux Etats-Unis. Il y a interviewé une quarantaine de responsables de journaux, dont un ancien rédacteur en chef de *USA Today*, Karen Jurgensen. Ce dernier présente les innovations introduites par le journal *USA Today*, notamment en matière visuelle. Il souligne que son journal fut le premier, à partir de 1984, à publier des photos en couleur dans sa page de couverture. L'ouvrage de Gu Xiaojin a connu un considérable succès en Chine, surtout auprès des journalistes. « *J'ai lu ce livre à l'époque* », se souvient

Chang He. Le succès d'édition fut tel que le livre a inspiré une série d'ouvrages sur les journaux en Grande-Bretagne, au Japon, etc.

L'analyse des conséquences culturelles de la globalisation développée par Arjun Appadurai trouve ici une confirmation. Pour le sociologue américain, la multiplication des échanges, facilités notamment par les flux migratoires et par les médias électroniques, provoque une reformulation des identités ethniques et culturelles. Celles-ci sont à présent nourries de références locales et étrangères. « *Avec l'avènement des bateaux à vapeur, des automobiles, des avions, de la photo, de l'ordinateur et du téléphone, nous sommes (...) entrés dans un état complètement nouveau de voisinage, et ce, même avec les gens les plus éloignés de nous* », estime-t-il ²⁴. Dans le cas du Dongfang, on assiste évidemment pas à une reformulation de l'identité ethnique. En revanche, l'identité culturelle des journalistes et lecteurs du Dongfang est fortement reformulée du fait de l'ouverture de Shanghai sur l'étranger.

Arjun Appadurai utilise cinq « *scapes* » (paysages), pour décrire les flux culturels transnationaux engendrés par la globalisation : l'ethnoscape, le mediascape, le technoscape, le financescape, l'ideoscape.

Le long des scapes circulent les flux culturels sur lesquels se fondent les imaginaires sociaux des groupes qui les reçoivent. Les images jouent un rôle particulièrement important dans ces processus car « *le flux global d'images, de nouvelles et d'opinions offre maintenant une part du savoir politique et culturel que les personnes diasporiques amènent dans leurs voisinages spatiaux.* » ²⁵

Cependant, Arjun Appadurai souligne aussi que « *la globalisation n'est pas l'histoire d'une homogénéisation culturelle* » ²⁶. Les groupes sociaux ne sont pas de simples récepteurs passifs ; ils participent à la formulation des imaginaires

²⁴ Arjun Appadurai, *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*, 2005, p. 65.

²⁵ Arjun Appadurai, *op. cit.*, p. 282.

²⁶ Arjun Appadurai, *op. cit.*, p. 43.

sociaux au même titre que les discours médiatiques. En Chine, ils doivent aussi compter avec la puissante intervention de l'État.

b) Un argument commercial

Le *Dongfang* conçoit la photo comme un moyen de "porter" le journal, d'attirer le regard du lecteur et de provoquer l'acte d'achat. Au lieu de servir seulement à l'illustration des articles, la photo d'actualité se veut informative, de bonne qualité technique et originale en contenu afin d'affirmer la différence du journal avec ses concurrents. Certains sujets sont traités seulement en photo, accompagnés de légendes développées. Dans sa première période d'existence, le journal publie aussi des reportages photos sur une pleine page, voir sur une double page. Mais les difficultés économiques du journal le conduisent à cesser ce type de publication.

« Le Dongfang accorde une plus grande importance à la photo que les autres quotidiens chinois, selon Chang He, vice-rédacteur en chef et responsable du Centre visuel. Il est le seul journal de Chine dans lequel l'image à la même importance que l'écrit. La Chine vénère l'écrit depuis des millénaires. Nous voulons être les pionniers de l'effet visuel. Comparé à la longue tradition de l'écrit en Chine, nous en sommes encore à un stade embryonnaire de réflexion pour l'image. » Selon Chang He, *« d'autres journaux chinois ont amélioré ces dernières années la qualité de leurs photos, mais chez eux elle est variable : bonne un jour, moyenne le lendemain. Tandis que le Dongfang a la particularité de maintenir une qualité constante de la photo. »* Tous les photojournalistes du *Dongfang* partagent ce point de vue. Par exemple Shi Xunfeng pour qui *« traditionnellement, en Chine, le texte est plus important que la photo. Le Dongfang a introduit une série d'innovations dans la façon de faire de la photo d'informations en Chine, par exemple publier des photos verticales. Les autres journaux le font aussi à présent, mais cela montre que le Dongfang joue un rôle pionnier. »* Vice-directeur de l'agence photo ImagineChina, Zan Kuang estime

que « en Chine, le *Dongfang* est une référence en matière de photo d'actualité. Il est de bonne qualité, compte tenu de sa courte durée d'existence et de son peu d'expérience. Il dispose d'une forte équipe de photographes, est régulier en qualité, bien qu'il manque parfois de créativité. » Il ne faudrait cependant pas exagérer le rôle de la photo dans un journal chinois, ajoute-t-il : « finalement, les photos contribuent peu aux ventes, c'est le contenu en texte du journal qui prime. Or, en Chine, le contenu est étroitement contrôlé par le pouvoir, notamment sur les sujets politiques. »

c) Un important rang hiérarchique

La dénomination du service dirigé par Chang He est en elle-même significative de l'importance que le journal accorde à l'image. Au lieu de s'appeler Département photo, le service est dénommé Centre visuel. L'idée est que sa compétence dépasse la seule production et la recherche d'illustrations pour englober tous les aspects de l'image du journal. Dirigeant de l'agence photo CFP, Chai Jijun souligne cette particularité dans un ouvrage consacré au photojournalisme en Chine : « au *Dongfang Zaobao de Shanghai*, le service responsable des photographies du journal et de la mise en page s'appelle "Centre visuel", ce qui en soi indique déjà que son rôle dépasse le concept de "département photographie" et concerne tout l'emballage visuel du journal. Le "Centre visuel" comprend les services de l'interview photographique, de l'édition photo, de la mise en page, de l'infographie. »²⁷

Autre signe : le responsable du Centre visuel, Chang He, est en même temps vice rédacteur en chef du journal. Cette position conforte le service dans la défense de ses choix iconographiques.

La hiérarchie des salaires est également favorable aux personnels qui produisent et traitent les photos. Au *Dongfang*, les photojournalistes sont les employés les mieux payés, puis viennent les éditeurs photos, les éditeurs d'articles, et en

²⁷ Chai Jijun, *Tupian baodao*, Fuzhou, 2006, p. 23.

dernier, les rédacteurs d'articles. Enfin, ils sont plus nombreux que dans les autres journaux de Shanghai : en août 2007, le *Shanghai Qingnianbao* compte 4 photographes à temps complet et 2 à temps partiel, le *Xinwen Chenbao* 8 à temps complet et 1 à temps partiel, le *Dongfang* 8 à temps complet et 1 à temps partiel. L'égalité des effectifs entre ces deux derniers titres n'est qu'apparente car la pagination du *Xinwen Chenbao* est plus importante que celle du *Dongfang*. En nombre de pages publiées, ce dernier est donc nettement mieux doté en photographes.

d) Une maquette très british

Pour sa maquette, le *Dongfang* s'est inspiré du britannique *Guardian* et du hongkongais *South China Morning Post*. Le *Apple Daily*, publié à Hong Kong et à Taiwan, convainc aussi les promoteurs du *Dongfang* de jouer la carte iconographique en raison que joue la photo dans son succès commercial. L'insertion systématique d'une grande photo dans la partie supérieure de la page de couverture est une marque de fabrique du journal. Elle est le plus souvent sans lien avec le titre principal du journal et affirme l'égalité d'importance entre l'image et le texte. Cette photo et le titre du journal forment les deux éléments les plus visibles de la page de couverture. Ils contribuent à la reconnaissance du journal dans les kiosques et donnent son identité à la publication. Les photos n'occupent jamais moins d'un quart de la surface de la page de couverture, davantage encore lors des grands événements. Dans les pages intérieures, les photos occupent environ un cinquième de la surface, en général à raison d'une grande photo en haut de page et d'une petite en bas. La présentation du journal en cahiers spécialisés (informations générales et locales, économie et finances, sports et loisirs, suppléments thématiques) multiplie les pages de couverture propices à l'insertion de grandes images.

e) Des photos de toutes origines

Ses propres photographes produisent de l'ordre de 30% des photos publiées par le journal. Les autres proviennent d'agences de presse, d'autres journaux chinois, d'internet. Le *Dongfang* veille à une grande diversité de sources iconographiques afin de bénéficier d'un avantage face à ses concurrents. Alors que la réglementation l'interdit en principe, il achète des photos directement aux agences de presse étrangères, AFP et Reuters. Via internet, il dispose d'un accès direct aux fils photos des agences internationales ce qui lui permet de contourner le filtre qu'opère l'agence Chine nouvelle. Cette ouverture sur l'international est renforcée par les liens avec les agences photo privées chinoises dont les plus importantes sont Photocome, à Pékin, et ImagineChina, à Shanghai. Ces agences jouent un rôle d'intermédiaires entre acteurs chinois et étrangers du marché des photos d'actualité.

L'Union des médias audiovisuels de Chine (中国新锐媒体视觉联盟简介) fournit un accès à des photos de Chine en dehors du circuit des agences de presse. Créé formellement le 16 septembre 2005 lors d'une rencontre au festival photo de Pingyao, l'Union regroupe des médias commercialisés, journaux et sites webs, qui accordent une grande importance à la photographie. À ses débuts, elle ne comptait que sept membres (*Nanfang Dushibao* - 南方都市报, *Xinjingbao* - 新京报, *Huashangbao* - 华商报, *Dongfang Zaobao* - 东方早报, *Huashibao* - 华时报, *Qingshibao* - 庆时报, *Jingbao* - 竞报). Par la suite, elle a été rejointe par des dizaines d'autres médias.

f) Une technique de pointe

Au plan technique, le journal est le premier en Chine à numériser son système de traitement de photo. « *Rien n'était refusé en matière d'équipement, se souvient un éditeur photo en parlant des années 2003 et 2004. Chaque demande en équipement était acceptée. Chang He a pu monter son Centre visuel comme*

bon lui semblait. Dans les autres journaux, le Centre visuel se renforce au fur et à mesure que le journal gagne de l'argent, mais au Dongfang le Centre visuel était puissant et complet dès les débuts du journal ».

Le *Dongfang* innove en étant le premier en Chine à s'équiper de Fotostation, un logiciel d'archivage et de gestion des photos. C'est le résultat d'une coopération entre le journal et l'agence photo ImagineChina qui sert en Chine d'agent pour la société norvégienne Fotoware. En échange du logiciel fourni gratuitement par ImagineChina, le *Dongfang* s'est engagé pour 5 ans à fournir ImagineChina avec ses photos.

g) Une noble Charte

Une Charte visuelle résume la conception des photos d'actualité du *Dongfang*. Adoptée le 23 août 2003, elle clame les ambitions du journal et répartit les responsabilités des photographes et des éditeurs photos. La « *conception de l'image* » défendue par le journal est fondée sur l'actualité. « *Le Dongfang a besoin d'images fidèles à la réalité* », affirme la Charte. « *Les photos doivent refléter l'essentiel de l'actualité, directement et simplement, et respecter les règles esthétiques. Elles doivent aussi être faciles à comprendre par les lecteurs* ». En principe, l'éditeur photo à la haute main sur le processus de production. La Charte visuelle affirme que c'est lui qui détient « *la clé de la qualité de l'image* » : il « *contrôle tout le processus de l'image. L'éditeur photo participe à la sélection des sujets, comprend l'intention des journalistes (...) et transmet ses informations aux photographes à qui il indique de prendre des images conformes aux exigences du Dongfang* ». Quant aux photographes, ils doivent « *prendre les photos dans les conditions réelles, ils ne peuvent pas créer ou mettre en scène un événement, ni exagérer ou diffuser des informations erronées* ». Ils doivent garder à l'esprit que « *l'actualité est la principale qualité d'une image d'information. L'actualité prime sur l'esthétique. L'image doit faire comprendre au premier coup d'œil au lecteur ce qui s'est passé* ».

Les hautes ambitions affichées par la Charte visuelle en 2003 sont cependant rognées dans la dernière section du document consacrée aux « *Règles complémentaires pour la publication des images et des cartes* ». Ces huit règles précisent que « *les images de dirigeants chinois publiées par la presse étrangère doivent être examinées par le responsable de la rédaction* », sous-entendu en vue d'éliminer celles qui contreviennent aux règles de la censure. Par ailleurs, « *toutes les images concernant les ethnies, la religion, le qigong (art martial) doivent être celles de Chine nouvelle* ». De même, « *les contenus de toutes les images comportant des slogans de manifestations sont examinés avec attention. On ne peut pas publier d'image d'un slogan si on n'en connaît pas le contenu* ». Dans les cas de fonctionnaires accusés de crime, « *il vaut mieux utiliser un portrait, pas d'utilisation de photos de groupes* », pour éviter que les autres fonctionnaires soient associés au criminel. Les règles proscrivent aussi les photos de cochon pour ne pas heurter les musulmans et obligent au respect des cartes officielles qui englobent Taiwan, et d'autres territoires en litige, dans ceux revendiqués par Pékin.

B. Les affres de la commercialisation

Imaginé par le Parti communiste, créé en coopération par des groupes de presse, le *Dongfang* se heurte aux réalités du marché : diffusion et rentrées publicitaires ne sont pas à la hauteur des espérances. Il s'avère que le public ciblé n'est pas au rendez-vous et que les lecteurs n'adhèrent pas à la notion de delta du Yangzi.

1) Une diffusion en dents de scie

« *En 2003, tout le monde disait que le Dongfang était un excellent journal, mais personne ne l'achetait ! (jiao hao bu shang zuo !)* ». L'antienne revient dans la

bouche de beaucoup d'anciens du journal. De fait, le journal n'a jamais atteint l'objectif de 300 000 exemplaires vendus en trois ans fixé en 2003.

Connaître la diffusion réelle d'un journal chinois est extrêmement difficile pour les non-initiés. Il n'existe pas d'organisme indépendant chargé de certifier la diffusion des journaux comme en France l'Office de justification de la diffusion (OJD). Cette lacune laisse les journaux libres de claironner des chiffres de diffusion largement exagérés afin de séduire les annonceurs.

Tirage, diffusion globale et payée : ces informations indicatives de la santé d'un journal restent à la discrétion des seuls propriétaires des publications. La pratique du gonflement des chiffres est tellement commune que les interlocuteurs prennent soin de préciser s'ils donnent des chiffres "publics" ou bien "internes". Ces derniers sont évidemment plus près de la réalité. La différence entre les deux chiffres peut être du simple au double, voire au triple. Encore le "chiffre interne" peut-il recouvrir deux réalités parfois difficiles à distinguer : le tirage et la vente payée.

En août 2007, le *Dongfang* annonce un chiffre public de 400 000 exemplaires vendus alors que la réalité serait près de 200 000. Son principal concurrent, le *Xinwen Chenbao* annonce 700 000 exemplaires, mais serait plus proche des 400 000. Le *Shanghai Qingnianbao* affiche 500 000 exemplaires pour une réalité avoisinant les 150 000. La différence entre les chiffres public et interne est la plus élevée au *Qingnianbao* car de l'avis général sa diffusion est en nette baisse depuis le lancement de la nouvelle formule du *Dongfang*, en octobre 2006.

Les ventes du *Dongfang* fluctuent beaucoup entre 2003 et 2007 au point que l'on peut évoquer une évolution en dents de scie. Le fait marquant est que la diffusion n'a jamais atteint les objectifs fixés en 2003. « *Lors de la création du journal, l'objectif était d'atteindre les 300 000 exemplaires vendus en trois ans* », rappelle Chang He, chef du Centre visuel. La réalité est loin de correspondre à cette attente. « *Le jour du lancement officiel du journal, le 7*

juillet 2003, il est tiré à 150 000 exemplaires. Il fait l'objet d'une promotion dans 400 kiosques à journaux et est distribué gratuitement à des cols blancs devant les tours de bureaux », résume Guo Qiongli ²⁸. Par la suite, c'est le désenchantement. Les chiffres qui suivent sont "internes". Après avoir atteint les 70 000 numéros vendus en 2003, la diffusion stagne à partir de 2004 à un palier d'environ 80 000 exemplaires. En janvier 2005, le tableau est le suivant, selon You Xiaoli, directrice administrative du *Dongfang* : « les ventes dépassent un peu les 100 000 exemplaires en semaine et sont d'environ 80 000 en week-end. Le journal est vendu à 70 % par abonnement et à 30 % au numéro. L'essentiel des ventes se fait à Shanghai. Les ventes dans les provinces du Jiangsu et du Zhejiang totalisent environ 10 000 exemplaires, soit 10%. »

L'adoption par le journal de la nouvelle formule, en octobre 2006, provoque un changement radical des chiffres de la diffusion. Celle-ci double en l'espace de quelques mois. Au premier jour de la nouvelle formule, le 19 octobre 2006, le journal est vendu à 80 000 exemplaires. Mais dès décembre, la diffusion frôle les 125 000 exemplaires. En janvier 2007, elle atteint les 200 000 exemplaires vendus et continue d'augmenter mais sur un rythme plus faible. « *Le journal a dû recourir aux services d'une deuxième imprimerie car la première ne peut plus suivre la cadence* », se réjouit Yue Qiang. Le journal atteint le point d'équilibre : recettes et dépenses sont enfin aux mêmes niveaux.

Des sondages réalisés en juillet 2006 et janvier 2007, avant et après l'adoption de la nouvelle formule du *Dongfang*, auprès de 35 kiosques à journaux confirment l'augmentation de la diffusion du journal ²⁹. Situés dans les arrondissements centraux de Shanghai, ces kiosques vendent en moyenne 8 à 12 exemplaires du *Dongfang* en juillet 2006. En janvier 2007, ces mêmes kiosques déclarent vendre de 15 à 20 exemplaires du *Dongfang* par jour, soit entre 66% et 87% d'augmentation.

²⁸ Guo Qiongli, « *Dongfang Zaobao* », 22 décembre 2003, <http://www.southcn.com/news/china/china04/xwgg/ggxd/xz/200312221118.htm>

²⁹ Enquête réalisée par Wu Xia, étudiante à l'université Tongji de Shanghai.

Les ventes augmentent encore en 2008, tirée notamment par le tremblement de terre du Sichuan et les jeux olympiques de Pékin. Signe que les choses vont mieux : à l'été 2008, le Centre visuel est à la recherche de deux nouveaux photographes pour étoffer son effectif.

2) Sauve qui peut le journal

Conséquence d'une diffusion décevante entre 2003 et 2006 : les rentrées publicitaires sont insuffisantes et le journal perd de l'argent. Pour équilibrer les comptes, il devrait se vendre à 200 000 exemplaires. Dès juin 2004, moins d'une année après le lancement du journal, « *le sentiment s'est installé que les 100 millions de yuans d'investissements se sont envolés en fumée* », souligne Lan Hui ³⁰.

Comble de malchance, l'année du lancement du *Dongfang*, la presse de Shanghai enregistre la première baisse de ses recettes publicitaires depuis 1992. En effet, en 2003, elles atteignent 1,6 milliard de yuans contre 1,8 milliard en 2002, selon le Bureau des statistiques de la municipalité de Shanghai ³¹. Les années suivantes confirment que le temps de la forte croissance des recettes publicitaires de la presse chinoise est terminé.

Bien que la publicité représente près de 80% des recettes du quotidien, les responsables ne s'inquiètent pas des mauvais résultats de la diffusion. « *Pendant les deux premières années de son existence, le Dongfang n'avait pas de souci financier, se souvient un journaliste. Le groupe Wenxin lui laissait carte blanche pour le financement. Sans doute parce que jusque-là, il avait beaucoup d'argent grâce à la publicité gagnée les années précédentes.* » Début 2004, l'idée prévaut encore que les recettes publicitaires de la presse repartiront à la hausse après le creux de 2003. Significatif de cet état d'esprit est l'anecdote racontée par un journaliste : « *lors de la première réunion à laquelle j'ai pris la parole, après*

³⁰ Lan Hui, *op. cit.*, p. 1.

³¹ Bureau des statistiques de la municipalité de Shanghai, www.shtong.gov.cn

mon arrivée au Dongfang en 2004, j'ai proposé que l'on pense davantage aux lecteurs, aux informations qu'il a envie de lire. On m'a répondu que le journal n'avait pas besoin de penser aux lecteurs, l'important était de faire un bon journal pour la classe moyenne et que les ventes suivront. »

La politique commerciale du journal est également en cause, aussi bien pour la publicité que pour la diffusion. Dans son souci de cibler les classes aisées, le journal refusé de publier des annonces pour des produits plus populaires. « Alors qu'il était possible de générer des revenus, la direction a refusé des annonceurs. Le journal craignait de brouiller son image de publication pour les cols blancs à hauts revenus s'il publiait des publicités pour des produits de moindre valeur », regrette un journaliste. Dès 2003, cette stratégie étonne. « *Les publicités du Dongfang se focalisent sur les élites (immobilier, voiture, santé, cosmétiques, banques, éducation, électroménager)*, s'inquiète un magazine spécialisé dans la publicité. *Aucune publicité ne cible la consommation des habitants moyens de Shanghai* », observe le magazine *Guanggao Dagan*, spécialisée dans l'observation du marché publicitaire.³² À cette époque, dans le souci de distinguer la rédaction et la publicité, le journal confie la régie publicitaire à une société extérieure, en l'occurrence la société de publicité Taige, filiale du groupe Wenxin.

D'autre part, la distribution du journal n'était pas à la hauteur des ambitions. Lan Hui rappelle que « *à Pékin et Canton, la distribution est le nerf de la guerre* »³³. Les journaux y mettent sur pied leurs propres réseaux de distribution pour s'affranchir de la poste et multiplient les campagnes de publicité. Or, « *dans la mesure où les journaux contiennent tous à peu près les mêmes informations, qu'aucun ne sort du lot, il devient nécessaire de disposer d'une*

³² « Dongfang Zaobao shishui Shanghai tan » (Le *Dongfang Zaobao* teste la plage de Shanghai), dans *Guanggao Dagan*, août 2003, p. 81.

³³ Lan Hui, *op. cit.*, p. 2.

*bonne distribution pour gagner des lecteurs. Or le Dongfang Zaobao n'est pas très dynamique en matière de distribution. »*³⁴

Ces défauts commerciaux restent encore aujourd'hui incompris de certains journalistes. « *Alors qu'il a été créé dans la capitale économique chinoise, je ne comprends toujours pas pourquoi, à ses débuts, le Dongfang ne s'est pas davantage soucié de l'aspect financier et commercial, se demande un journaliste. Son réseau de distribution était mauvais* », se souvient un journaliste. Le retrait du groupe Nanfang du *Dongfang* pourrait expliquer ce paradoxe. Réputé pour sa rentabilité autant que pour la qualité de ses publications, il aurait sans doute mené une politique de distribution plus dynamique que celle menée par le groupe Wenxin, s'il ne s'était retiré du *Dongfang*. Pour un journaliste, « *l'explication est politique. Il n'y avait pas de vrai responsable du journal. Le gérant nommé par le Wenxin n'était pas responsable des résultats, il n'était qu'un pion placé là pour surveiller la rédaction. Le groupe Wenxin ne lui fixait pas d'objectif financier.* »

Fin 2004-début 2005, le journal prend conscience du danger économique. Lui-même confronté à la stagnation des revenus publicitaires, le groupe Wenxin incite le *Dongfang* à équilibrer ses comptes. Le journal crée alors un véritable service de marketing et de publicité et le dote en personnels pris sur la rédaction. Mais entre-temps, le journal boit le calice jusqu'à la lie avec la mésaventure du *Huanle Chengshi*.

En effet, dans un effort pour s'extraire de la contrainte financière, le *Dongfang* tente en 2005 d'éditer à Shanghai un hebdomadaire de loisirs dont le numéro d'enregistrement (*kanhao*) est enregistré à Chongqing, ville au centre de la Chine, le *Huanle Chengshi* (Ville de loisirs). L'objectif est de générer de nouvelles recettes publicitaires.

Publier à Shanghai un hebdomadaire dont le *kanhao* est de Chongqing contrevient aux règles d'enregistrement des journaux édictés par

³⁴ Lan Hui, *ibidem*, p. 2.

l'Administration générale de la presse et des publications (AGPP). Celles-ci sont parfois contournées sans que les auteurs de l'infraction soient punis. Une méthode consiste à modifier le titre et l'objet d'une publication tout en gardant son ancien *kanhao*. Par exemple, le journal *21 Shiji Jingji Baodao* doit son *kanhao* au *Guangdong Jiagebao*. Reprendre à son compte un *kanhao* existant présente l'avantage pour l'éditeur de lui faire faire l'économie d'une demande d'enregistrement préalable pour une nouvelle publication, procédure lente et aléatoire, car soumise à la volonté des autorités de limiter le nombre des supports.

Un numéro du *Huanle Chengshi* paraît bien en mars 2005. Mais le groupe de presse Jiefang, éditeur du *Xinwen Chenbao*, le principal rival commercial du *Dongfang*, met fin à l'expérience. Par crainte pour la diffusion de son propre hebdomadaire de loisirs, le *Shenjiang*, le Jiefang porte plainte à Pékin auprès de l'AGPP. Il fonde sa requête sur la règle selon laquelle une publication ne peut être diffusée en dehors du territoire pour lequel elle a été enregistrée.

L'AGPP intervient dans le cas du *Huanle Chengshi* car la plainte est traitée par un employé qui est un ancien du groupe Jiefang. Grâce à ce soutien, le *Huanle Chengshi* doit cesser de paraître à Shanghai.

Désormais acculé dans une impasse économique, le *Dongfang* licencie près de la moitié de ses photojournalistes à l'automne 2005. Il entame alors une réflexion sur son devenir. Celle-ci aboutit, en octobre 2006, à une nouvelle formule du journal. Le format est réduit et devient tabloïd, le prix de vente baisse de moitié, la part d'informations locales augmente.

3) Un public mouvant

Symptôme des difficultés économiques, le journal a du mal à définir son public. Interrogés sur le profil des lecteurs que cible le journal, les journalistes du *Dongfang* répondent invariablement qu'il s'agit des « *cols blancs de Shanghai* ». Cette affirmation reste la même entre 2003, lors du lancement du journal, qu'en

2006 après l'adoption de la nouvelle formule, et en 2008 alors que le journal semble avoir enfin trouvé sa place. Selon les journalistes, le *Dongfang* n'aurait donc pas changé de public depuis sa création. Pourtant, le changement de formule du journal, en octobre 2006, ne se limite pas à l'adoption d'une nouvelle maquette. Il implique un élargissement du public ciblé afin d'augmenter la diffusion du journal.

À ses débuts, le journal ne veut s'adresser qu'aux dirigeants et cadres supérieurs administratif, économique et politique. En 2003, les contours et les besoins de ce public font l'objet d'une enquête. « *Une étude de marché réalisée par le groupe Wenxin a déterminé un public et un concept : un journal de qualité pour les cols blancs de Shanghai et des environs* », rappelle Chang He. Cette étude est réalisée par la société de publicité Taige, filiale du groupe Wenxin, dont les locaux sont situés dans la même tour que le *Dongfang*.

Selon cette étude, « *les journaux restent, malgré l'internet, la télévision et d'autres médias, un des canaux principaux d'information des gens* »³⁵. Le public visé en 2003 est constitué d'hommes de 30 à 35 ans, disposant d'un revenu mensuel de 3500 yuans au minimum (en 2002), qui lisent le journal au bureau. Par ailleurs, selon Taige, ces hommes « *ne font pas de travail physique, sont ouverts sur le monde et aiment lire, ont l'expérience de la réussite, ont confiance en eux-mêmes, ont un "cerveau commercial", ont l'ambition de progresser, prêtent attention à la qualité de vie et ont des besoins culturels* »³⁶.

Toutes ces caractéristiques rangent ce public parmi les décideurs. « *Selon les statistiques de la municipalité, Shanghai comptait 190 000 personnes correspondant à cette définition en 2002* », rappelle Chang He. Il inclut les employés d'entreprises étrangères implantées à Shanghai. À cet effectif shanghaien, il faut ajouter les personnes correspondant à la même définition dans les provinces voisines du Zhejiang et du Jiangsu auxquelles le journal veut

³⁵ Guo Qiongli, *op. cit.*

³⁶ Guo Qiongli, *ibidem.*

également s'adresser. Cette estimation recoupe en partie celle d'une enquête du Centre de recherche CTR basé à Pékin ³⁷. Selon ce dernier, Shanghai concentre 42 % des 340 000 décideurs d'affaires chinois, soit 142 800 personnes. Parmi eux, 32% travaillent dans des entreprises d'Etat et 12,5 % dans entreprises étrangères.

Urbain, ce public bénéficie d'un niveau d'éducation supérieur à la moyenne chinoise, mais aussi de Shanghai. Nés peu avant ou après le début des réformes économiques chinoises en 1978, ses membres sont plus ouverts sur l'étranger que les générations précédentes. Nombre sont ceux qui ont l'occasion de se rendre à l'étranger pour des études, des échanges économiques, des vacances. Ils maîtrisent aussi la langue anglaise, au moins à l'écrit. Par ailleurs, ils ont une culture de l'image, grâce à la télévision, entrée dans tous les foyers urbains après 1980, et grâce à internet depuis le tournant du siècle. *« Nous voulions faire un journal différent des autres, destiné au public des cols blancs, résume Chang He. De même que les cols blancs achètent des produits de meilleure qualité et plus chers, nous pensions qu'ils seraient intéressés par un journal de meilleure qualité et plus cher que la moyenne. Ce journal devait être sérieux et plus soigné que les autres. Et comme Shanghai a un goût pour le beau plus développé qu'ailleurs en Chine, il devait aussi être plus beau que les autres journaux. Ce journal ne pouvait pas être créé plus tôt, car le public auquel il est destiné n'existait pas encore. »*

Mais il s'avère rapidement que le *Dongfang* n'atteint pas ses objectifs de diffusion. À peine une semaine après son lancement, le 7 juillet 2003, le journal change déjà légèrement de profil. *« Une semaine après le début de parution, le Dongfang Zaobao réduit son caractère "Finances" car, après examen, il se rend compte que la notion satisfait une partie de son public, mais le coupe en même*

³⁷ Escobar Pepe, « The Great wall of shopping », <http://www.atimes.com/atimes/China/GA14Ad04.html>

temps d'une partie encore plus importante. Il insiste dorénavant sur la notion d'"informations générales" (conghe) »³⁸.

Mais malgré ce premier ajustement, « *le public préférait toujours le Chenbao au Dongfang parce qu'il coûtait moitié moins cher et qu'il satisfaisait ses besoins, se rappelle un éditeur photo. Le public ne voyait pas pourquoi payer plus cher pour un autre journal. C'était d'autant plus embêtant que les acheteurs du Chenbao étaient aussi en partie ceux que ciblait le Dongfang.* » Face à cette situation, le groupe de presse Wenxin enjoint au journal de changer de public. Cette réorientation se concrétise par l'adoption de la deuxième formule du journal, en octobre 2006. Dorénavant, le *Dongfang* élargit son public aux cadres moyens et aux employés de bureaux et d'entreprises. Certes, il reste dans la cible des cols blancs évoqués par les journalistes. Mais les contours du public dépassent désormais celui des seuls décideurs pour toucher aussi celui des exécutants en cols blancs. Dans le même mouvement, le *Dongfang* fait évoluer ses contenus et publie davantage de nouvelles locales.

Pour des observateurs, la difficulté du journal à cerner son public se lit jusque dans ses slogans publicitaires. Au terme d'une comparaison des publicités de promotion du *Dongfang* et du *Xinmin Wanbao*, une autre publication du groupe Wenxin, Shi Yajie et Li Zheqiang soulignent que « *les slogans du Dongfang Zaobao soient ne sont pas assez clair, soient sont trop brutal. Ils sont plus vagues que ceux d'un journal comme le Xinmin Wanbao. Cela indique que la cible du journal n'est pas clairement identifiée.* »³⁹ Ils prennent comme exemple les montages photos sur lesquels des personnages célèbres comme Churchill et Einstein lisent le journal. « *Il est évident que les gens ne vont pas faire le lien entre Churchill et Einstein et le Dongfang Zaobao. Cela n'est pas*

³⁸ Guo Qiongli, *op. cit.*

³⁹ Shi Yajie, Li Zheqiang, « *Xinmin Wanbao, Dongfang Zaobao ziwo xuanchuan guanggao tanxi* » (Analyse de l'autopromotion publicitaire du Xinmin Wanbao et du Dongfang Zaobao), dans *Jinchuanmei*, mars 2007, p. 57.

du tout crédible », assèment-ils ⁴⁰. Les défauts de la promotion du *Dongfang* prennent encore plus de lumière par la comparaison de son slogan avec celui du *Xinwen Chenbao*, son principal concurrent. Le *Dongfang* clame un slogan élitiste : « *le pouvoir d'influencer est suprême* ». Il flatte ainsi les décideurs, mais se coupe des autres couches de lecteurs potentiels. De son côté, le *Xinwen Chenbao* fait à ses lecteurs une promesse bien plus tangible : « *chercher les informations les plus fraîches, les plus vivantes, les plus pratiques* ».

La question du public du *Dongfang* fait écho à la notion de classe moyenne, dont les cols blancs font partie. Cette notion est âprement discutée par les analystes de la société chinoise. Quand il ne porte pas sur l'existence même d'une classe moyenne, le débat se focalise sur ses contours et sur ses implications politiques.

Au plan quantitatif, cette population est cernée par les travaux du sociologue Zhou Xiaohong. Dans une enquête publiée en 2005, il juge que la classe moyenne chinoise représente 11,9% de la population de cinq grandes villes (Beijing, Shanghai, Canton, Nankin, Wuhan) ⁴¹. Il fonde sa définition sur trois critères : conditions économiques, catégorie professionnelle et niveau d'études. De son côté, sur la base de quatre critères (la profession, le revenu, la consommation, l'autodéfinition), la sociologue Li Chunling estime que « *4,1% de la population de 16 à 70 ans* » relève de la classe moyenne. Selon elle, « *cette proportion est tellement faible, qu'en quantité, il est difficile de parler de classe moyenne* » ⁴². À Shanghai, ville de plus en plus spécialisée dans les activités tertiaires, la proportion de la classe moyenne dans la population des 16 à 70 ans est près de 2,5 fois plus élevée que dans la moyenne nationale. Selon la sociologue, elle atteindrait 10,2%. Pour une population de 15 millions

⁴⁰ Shi Yajie, Li Zheqiang, *ibidem*.

⁴¹ Zhou Xiaohong : *Zhongguo zhongchan jieceng diaocha (Enquête sur la classe moyenne chinoise)*, Beijing, Shehui kexue wenxian chubanshe, 2005.

⁴² Li Chunling, « La composition et la proportion de la classe moyenne de la Chine contemporain », <http://www.sachina.edu.cn/Htmldata/article/2005/09/289.html>. Consulté le 12 septembre 2007.

d'habitants, cela signifie que la classe moyenne de Shanghai est forte d'environ un million et demi de personnes, hommes et femmes de tout âge compris. Par conséquent, si le public visé par le journal est essentiellement composé d'hommes âgés de plus de 30 ans, il serait de moins d'un demi-million de personnes à Shanghai.

La proportion de la population chinoise qui relève de la classe moyenne devient plus importante si seul le critère de la profession est retenu. Dans ce cas, Li Chunling estime que 15,9% de la population chinoise des 16-70 ans correspond à la définition de la classe moyenne. Elle n'indique pas la proportion de la classe moyenne de Shanghai estimée selon le seul critère professionnel. Mais en reprenant le rapport de 2,5 entre la moyenne nationale et la situation de Shanghai, on aboutit à une proportion d'environ 30% de la population. Les membres de la classe moyenne sont « *fonctionnaires du Parti et du gouvernement, gestionnaires d'entreprises, chefs d'entreprises privées, techniciens spécialisés, employés de bureau.* » Parmi eux, bon nombre occupent des emplois dans des entreprises étrangères. Sur ces 5 catégories professionnelles, les 3 premières semblent correspondre à la définition du public ciblé par le *Dongfang* en 2003. À partir d'octobre 2006, avec la nouvelle formule du journal, c'est l'ensemble des 5 catégories professionnelles listées par Li Chunling que le journal espère toucher.

De leur côté, David Goodman et Zang Xiaowei rappellent que les différentes estimations de la classe moyenne chinoise varient de 9 à 19% de la population urbaine. Ils soulignent que « *l'identification de la classe moyenne en République populaire de Chine est fortement débattue. Il est également clair qu'à présent la taille de la classe moyenne est sévèrement limitée, quelque soit la façon dont elle peut être définie.* »⁴³

⁴³ David Goodman et Zang Xiaowei : *The new rich in China. Future rulers present lives*, 2008, p. 10.

Les difficultés à définir la classe moyenne tiennent en partie au fait que le terme désigne au départ des cols blancs aux compétences professionnelles alors qu'« *en Chine, on mêle sous ce mot des éléments liés à la richesse et des éléments liés à la profession* »⁴⁴. Le débat sur ces questions est sensible car beaucoup d'observateurs de la Chine espèrent l'émergence d'une classe moyenne chinoise, étendard d'une société civile, qui pousserait à des changements démocratiques comme ce fut le cas dans les pays occidentaux. Dans ces pays, la classe moyenne englobe les managers et professionnels de l'industrie et des services qui ne possèdent pas le capital, ni ne contrôlent l'Etat. Éduqué, ce public est demandeur d'informations que ne censurent pas l'Etat ou les propriétaires des capitaux. Si cette classe moyenne existait à Shanghai, le *Dongfang* pourrait passer pour le journal d'une partie de la population qui aspire à participer davantage à la vie publique.

La sinologue Stéphanie Balme résume la problématique : « *la grande croissance et ses inégalités ont donné naissance à des middle/upper classes aisées, occidentalisées, ou qui se perçoivent comme telles, qui ont bouleversé le paysage social et cherchent à se différencier des autres couches de la société par des codes socioculturels précis. Cette génération de yuppies se situe au cœur du processus d'individuation contemporain. N'ayant souvent (en apparence du moins) rien en commun avec leurs aînés, tournés vers le monde extérieur, ils expriment une exigence de liberté et de non-conformisme. Ces nouvelles générations envisagent le monde de façon plus complexe et raisonnent en termes d'efficacité, de rentabilité et de compétences personnelles. Leur désir de confort, commun aux classes moyennes des pays développés, contient une autre dimension : la stabilité, l'aisance matérielle et le temps libre sont vécus*

⁴⁴ Zhou Xiaohong : « La classe moyenne chinoise. Réalité ou illusion ? » / *La société chinoise vue par ses sociologues* / ed. Rocca Jean-Louis, Paris, SciencesPo, 2008, p. 143.

*comme des assurances contre le retour du tout politique »*⁴⁵. Pour autant, rappelle Stéphanie Balme, « *les moyens de politisation organisée qui sont attestés, en particulier autour des intellectuels, de certains médias et des réseaux de consultance, ne doivent pas être confondus avec une société civile en marche »*⁴⁶. Ce public ne forme pas une « *société civile en marche »* du fait que la plupart de ses membres sont au service du pouvoir et développent un « *état d'esprit technocratique »*⁴⁷. Cet « *idéal technocratique ambiant va de pair avec un conservatisme politique de fait »*⁴⁸ insiste Stéphanie Balme.

« *L'État-parti préside, s'est adapté, et fourni le cadre de la réforme même s'il n'a pas effectivement dirigé le processus de changement, rappellent David Goodman et Zang Xiaowei. Les nouveaux riches chinois ne sont pas prêts à être séparés de l'État-Parti en tant que force sociale, politique ou économique. »*⁴⁹ Pour cette raison, les cadres, managers et autres entrepreneurs ne forment pas une nouvelle classe moyenne.

Pour le sinologue Jean-Louis Rocca, « *la notion de "société civile", (...) est dénuée de tout intérêt heuristique si elle est utilisée dans les termes de l'autonomie. Dans un contexte de socialisation de l'Etat et d'étatisation de la société, elle est une figure insaisissable, à la fois omniprésente, puisque la Chine voit se multiplier les actions en décalage avec les institutions étatiques, et jamais visible, car toute action est englobée par celles-ci, à un moment ou à un autre. »*⁵⁰ La Chine serait l'objet d'un phénomène de distanciation entre la société et le pouvoir, mais qui ne remet nullement en cause ce dernier. Yves Chévrier voit à l'œuvre « *le passage d'un empire tendu à un Etat distendu où, précisément, le pouvoir se diversifie et les intérêts se pluralisent sans que les*

⁴⁵ Stéphanie Balme, *Entre soi. L'élite du pouvoir dans la Chine contemporaine*, 2004, pp. 102-103.

⁴⁶ Stéphanie Balme, *ibidem*, p. 104.

⁴⁷ Stéphanie Balme, *ibidem*, p. 323.

⁴⁸ Stéphanie Balme, *ibidem*, p. 401.

⁴⁹ David Goodman et Zang Xiaowei, *op. cit.*, p. 6.

⁵⁰ Jean-Louis Rocca, *La condition chinoise*, 2006, p. 286.

*institutions suivent officiellement le même chemin, mais non sans tensions idéologiques et politiques »*⁵¹.

Avec ironie, Stéphanie Balme conclue que « *l'analyse de la Chine postrévolutionnaire n'en finit pas de bousculer les cadres théoriques de référence de la science politique, mais aussi des travaux sur la transitologie qui limitent leurs analyses aux situations de passage à la démocratie de type libérale.* »⁵²

4) Un delta introuvable

Outre la difficulté à cerner son public, le journal a du mal à définir son territoire. Propriété du groupe de presse Wenxin rattaché au comité du Parti communiste de Shanghai, le *Dongfang* est un journal de rang provincial. Mais crée en coopération avec d'autres groupes de presse, il a pour ambition initiale de couvrir, outre Shanghai, toutes les provinces qui forment le delta du Yangzi : le Jiangsu et le Zhejiang. Premier journal chinois interprovincial au plan juridique, il devait aussi l'être au plan de la diffusion et des contenus.

En réalité, la diffusion du *Dongfang* est toujours restée marginale en dehors de Shanghai. Selon You Xiaoli, directrice administrative, elle est de moins de 10% début janvier 2006. Encore ce chiffre ne différencie-t-il pas les ventes aux particuliers, très faibles en dehors de Shanghai, et les abonnements souscrits par des organismes officiels. L'adoption de la nouvelle formule, en octobre 2006, accentue encore la prééminence de Shanghai dans la diffusion du journal. En revanche, une diffusion résiduelle, par abonnements des administrations et entreprises publiques, se maintient dans les provinces voisines de Shanghai.

⁵¹ Yves Chévrier, *L'empire distendu : esquisse du politique en Chine des Qing à Deng Xiaoping*, dans Jean-François Bayart (ed), *La greffe de l'Etat*, Paris, Karthala, 1996, p. 276.

⁵² Stéphanie Balme, *ibidem*, p. 402.

Au plan commercial, l'ambition interprovinciale du *Dongfang* s'avère ainsi un échec. Il s'explique par des raisons proprement commerciale, mais aussi éditoriale et politique.

Jugé déficient à ses débuts même à Shanghai, le réseau de distribution du journal l'est encore plus dans les autres provinces du delta. « *Au début, le journal était vendu dans tout le delta du Yangzi, se souvient un journaliste. Puis il l'a seulement été à Shanghai, simplement parce qu'il était mal distribué.* »

Mais même corrigé de ses défauts de commercialisation, le journal peut difficilement espérer augmenter sa diffusion en dehors de Shanghai. Ses contenus sont tout simplement trop centrés sur la métropole pour intéresser les lecteurs des provinces du Jiangsu et du Zhejiang. 42,9% des informations en Chine portent sur Shanghai, 3,5% sur la province du Zhejiang et 0% sur le Jiangsu, calcule la chercheuse Yu Xina. Sur la base de ces statistiques, Yu Xina juge que « *plutôt que de dire que le Dongfang Zaobao est un journal régional qui s'adresse au delta, il est plus juste de dire qu'il prend Shanghai comme point d'appui et observe le delta avec les yeux des Shanghaiens* »⁵³. Symptomatique du centrage du journal sur la métropole, le journal n'a tenu de conférence de presse pour son lancement qu'à Shanghai, souligne-t-elle. En octobre 2006, le lancement de la nouvelle formule du journal et la redéfinition du public ciblé provoquent une nouvelle augmentation de la proportion de nouvelles de Shanghai au détriment de celles des autres villes du delta. Autre symptôme de la difficulté à transcrire dans la ligne éditoriale la notion de delta, le journal ne consacre qu'une seule page à la rubrique, pourtant créée spécialement, de Delta du Yangzi.

Ces difficultés éditoriales renvoient au fait que la notion de delta ne correspond à aucune réalité tangible dans le quotidien des lecteurs. Selon Yu Xina, « *les habitudes des lecteurs correspondent au découpage administratif. Les lecteurs évaluent les informations en fonction de leur proximité. Ils n'ont pas encore*

⁵³ Yu Xina, *op. cit.*, p. 56.

*formé le concept de globalisation du delta, donc ils ne considèrent pas que les informations des deux autres provinces fassent partie de leur espace. »*⁵⁴ Le concept de delta du Yangzi est inopérant au plan commercial car les lecteurs de Shanghai ne s'intéressent pas aux nouvelles des provinces voisines et ceux de Nankin et de Hangzhou sont indifférents aux informations de Puxi et de Pudong. Quand les lecteurs des autres provinces achètent le *Dongfang*, ils y trouvent surtout des informations locales de Shanghai et pas assez d'informations concernant leurs propres villes. Quant aux lecteurs de Shanghai qui jugent par ailleurs que le *Dongfang* ne publie pas assez de nouvelles locales, ils ne comprennent pas que le journal consacre de surcroît de la place à des nouvelles des autres provinces. Ce paradoxe est perçu par des observateurs dès les premières semaines d'existence du journal. « *Le Dongfang Zaobao n'est-il pas né trop tôt ?* demandent Cheng Jie et Zhang Junde, chercheurs au département de journalisme de l'université Fudan, en août 2003. *La Chine développe à peine l'économie régionale et les barrières entre les provinces existent encore. Le delta du Yangzi n'est que dans une phase initiale de nouvelle croissance économique régionale. Les trois provinces de Shanghai, Zhejiang et Jiangsu viennent à peine d'entamer une tendance à l'intégration régionale. »*⁵⁵ Pour Cheng Jie et Zhang Junde, « *les gens n'ont pas encore la notion de l'intégration régionale* »⁵⁶. Selon eux, il n'existe de créneau encore vide que le *Dongfang* peut remplir.

Cependant, en Chine un échec commercial et éditorial ne condamne pas un journal à la fermeture. D'autant moins quand celui-ci est voulu par le Parti communiste. En ordonnant la création d'un journal pour les décideurs du delta du Yangzi, le comité du Parti communiste de Shanghai, en accord avec ceux des provinces voisines, veut favoriser l'émergence d'un sentiment d'appartenance

⁵⁴ Yu Xina, *op. cit.*, p. 57.

⁵⁵ Cheng Jie Zhang Junde, « Cong quyú baodao dao quyú baozhi » (De reportages régionaux au journal régional), dans *Zhongguo Jizhe*, 2003, numéro 10, p. 11.

⁵⁶ Cheng Jie Zhang Junde, *op.cit.*, p. 11

commune régionale. Il souhaite donner naissance à « *une communauté politique imaginaire* »⁵⁷ fondée sur la lecture du même journal, au sens que donne Benedict Anderson à cette notion dans le cas de la naissance des nations. Cette ambition s'appuie sur le constat d'une tendance à l'intégration économique régionale. Mais elle se heurte au fait que les lecteurs ne se conçoivent pas en habitants du delta, mais de Shanghai, de Nankin ou de Hangzhou. Ils achètent un journal en fonction des nouvelles, surtout locales, qu'il contient. Dans le cas du delta du Yangzi, « *la convergence du capitalisme et de la technologie de l'imprimerie* »⁵⁸ analysée par Benedict Anderson dans d'autres contextes ne provoque pas la naissance d'un sentiment d'appartenance commune. Elle ne le peut pas non plus parce que le delta du Yangzi ne correspond pas à un espace politique. Seuls compte pour les administrés les espaces municipaux, provinciaux et national.

Toutefois, il est vrai que l'expérience est encore trop courte pour tirer des conclusions définitives. Dans le cas de la naissance des nations, le processus s'est étalé sur des décennies, voire des siècles. Par ailleurs, l'échec commercial de l'idée du delta n'implique pas que le Parti communiste considère négativement l'expérience ni qu'il échoue totalement dans son objectif d'éducation des cadres à la notion de delta. En effet, la diffusion payante du *Dongfang* ne représente qu'une partie de son tirage. Le journal est aussi diffusé dans les administrations et les entreprises publiques où il est lu par des décideurs sans que ceux-ci n'aient besoin de l'acheter. Par cette voie, le Parti communiste parvient bien, à force de répétition, à éduquer au moins une partie des lecteurs à la notion de delta du Yangzi.

⁵⁷ Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, La découverte, 2002, p.19.

⁵⁸ Benedict Anderson, *ibidem*, p. 57.

5) Les attentes du public

Mené auprès d'une vingtaine de personnes correspondant à la cible commerciale du *Dongfang*, le sondage qualitatif permet de cerner des attentes et des besoins de lecteurs potentiels Shanghai ⁵⁹.

Toutes les personnes interrogées affirment avoir besoin de connaître l'actualité, cependant leurs besoins précis et les façons de les satisfaire varient. Les hommes s'intéressent en priorité aux informations relatives à la politique, l'économie, la culture ; les femmes plutôt à la culture, au social, à l'économie. Cette dernière notion s'entend plutôt au sens de micro-économie.

Pour tous, internet est le principal média d'information. Il remplace clairement le papier, comme l'indique ce témoignage : « *Avant, je lisais tous les matins des journaux gratuits dans le métro. Maintenant je ne lis plus de publication papier. Je consulte internet.* » Pour les publications papiers, le *Cankao Xiaoxi* (参考消息) est de loin le plus lu. Il s'agit d'un quotidien de Pékin vendu à 0,60 yuans spécialisé dans les informations politico-sociales. Bien que sa mise en page soit très simple et ses photos peu soignées, cette publication réalise de loin les premières ventes en Chine. Le *Nanfang Zhoumo* est aussi très lu, mais surtout au travail. La télévision n'arrive qu'en troisième place pour les médias consultés. Les sondés sont moyennement satisfaits quant à la qualité des informations proposés par les médias chinois en général. Ils trouvent que les informations politiques et économiques sont partiales. Par exemple : les prix de l'immobilier sont toujours traités de façon positive par les médias au lieu d'aborder les éléments négatifs. Cinq personnes jugent aussi que les journaux restent superficiels. Elles cherchent sur les forums de discussion d'internet des informations et des avis approfondis qui ne se trouvent pas dans les journaux. Le manque de pluralisme et de variété des sources est donné comme une raison au

⁵⁹ Sondage réalisé par Chen Mengshu, étudiante au Département arts et communication de l'université Tongji de Shanghai.

manque de crédibilité des informations. « *J'aimerais entendre une voix qui ne soit pas la même que celle du gouvernement. Je ne demande pas que des commentaires me disent qu'une chose est bonne ou mauvaise. En général en Chine les journaux disent que c'est bien. Ils suffirait qu'ils disent la chose objectivement au lieu de dire qu'elle est bien* », estime un homme de 28 ans.

L'ensemble des personnes interrogées dit lire le *Dongfang* au moins occasionnellement. Un quart d'entre elle le lit tous les jours, la moitié régulièrement ou de temps en temps et un quart rarement. Cependant, rares sont les personnes qui l'achètent, y compris parmi les lecteurs réguliers. Seules trois personnes déclarent l'acheter 2 à 3 fois par semaine, les autres le trouve au bureau car leur employeur est abonné.

L'appréciation globale du *Dongfang* est positive. « *C'est un journal au-dessus de la moyenne, son impression et sa mise en page sont claires et propres, ses couleurs sont aussi correctes* », juge un lecteur. Un quart des personnes estiment que son contenu est varié et équilibré, d'autres saluent la qualité de sa mise en page. « *C'est vraiment un journal métropolitain* », s'exclame un lecteur.

Cependant, en termes de contenus, le sentiment prévaut que le *Dongfang* n'est pas très différent des autres journaux de Shanghai et qu'il soigne plus la forme que le fond. Ses lecteurs réguliers apprécient sa présentation synthétique de l'actualité. Pour avoir plus d'informations, elles vont sur internet. Une lectrice note une évolution dans le contenu : « *je trouve qu'il comporte aujourd'hui plus de choses émouvantes, notamment les Jeux olympiques, le tremblement de terre. J'ai le sentiment que les choses qui confèrent de l'émotion sont plus fréquentes.* » Les mêmes personnes qui procèdent à cette évaluation positive ajoutent toutefois que le journal manque d'intérêt « *pour les sujets chauds comme la taxe sur l'essence, la question de l'achat des voitures, l'information numérique, etc.* »

Seule trois personnes affichent de l'intérêt pour les photographies d'actualité en général. Pour l'un, « *les photos parlent, elles donnent des informations qui ne*

sont pas dans les articles. Elles apportent plus d'émotions ». Un autre estime que « *les photos sont plus objectives. Elles ne jugent pas, chacun à sa façon de les interpréter. Elles laissent plus de liberté aux gens de juger eux-mêmes.* » Mais la plupart s'intéressent avant tout aux articles car « *les photos sont comme une décoration, elles n'ont que peu d'importance. Elles ne peuvent pas remplacer les articles.* »

Les mêmes personnes qui se disent intéressées par la photographie d'actualité sont aussi celles qui apprécient le plus la façon dont le *Dongfang* les utilise. « *Dans le Dongfang, les photos sont mieux imprimées que dans les autres journaux. Le Dongfang fait des reportages photo qui montrent un point de vue différent. Elles apportent des idées originales.* » Mais la plupart des autres personnes ne notent pas de différence entre le *Dongfang* et les autres journaux. Pour elles, les photos du *Dongfang* sont un élément secondaire ; il leur suffit qu'elles correspondent aux contenus des articles.

Malgré les limites de ce sondage qualitatif en nombre de personnes interrogées et en temps consacré aux entretiens, il permet de ressortir quelques tendances intéressantes. En premier lieu, il confirme que le *Dongfang* bénéficie d'une forte et positive notoriété parmi le public dont il fait sa cible commerciale. De plus, la plupart des personnes le lisent au moins occasionnellement. Toutefois, malgré la notoriété du journal, seule une minorité des lecteurs l'achète. La plupart des lecteurs consultent le journal au bureau car leur employeur est abonné. En termes de contenus, le jugement positif sur le côté généraliste du *Dongfang* est relativisé par les critiques quant au manque de pluralisme des sources et de manque de profondeur de l'information. Par ailleurs, seule une petite minorité des lecteurs juge la photographie d'actualité importante et estime que le *Dongfang* se démarque de ce point de vue de ses concurrents. S'il est ainsi confirmé que la photographie d'actualité constitue un argument commercial et éditorial du *Dongfang*, son importance reste toutefois limitée. Cet avantage n'a d'effet que sur une petite partie du lectorat potentiel et réel du journal.

C. Une publication à géométrie variable

À l'occasion de l'adoption de la nouvelle formule, en octobre 2006, le *Dongfang* change les paramètres de la publication. Public, format, maquette et prix : tout est redéfini pour relancer un journal exsangue.

1) Cure minceur pour le format

À son lancement, en juillet 2003, le *Dongfang* est un journal de grand format : 545 mm de haut sur 335 mm de large. Un format semblable à celui du *Figaro*. À l'époque, il est le seul journal de ce format à Shanghai. Réputé dégager une impression de sérieux, ce format est adopté car le journal se fixe pour cible les dirigeants et cadres supérieurs, les décideurs administratifs, économiques et politiques. Des personnes qui lisent le journal à leurs bureaux. Le journal est conforté dans cette intention par les modèles que représentent pour lui des journaux étrangers, notamment le *Guardian* britannique (qui réduit son format en septembre 2005) et le *South China Morning Post* de Hong Kong.

Ce format distingue le *Dongfang* des autres journaux généralistes du matin avec lesquels il est en concurrence et qui publient déjà au format tabloïd. Le grand format place le *Dongfang* dans la même catégorie de journaux que le *21Shiji Jingji Baodao*. Ce rapprochement n'est pas fortuit : Shen Hao, le rédacteur en chef du *21Shiji Jingji Baodao*, édité par le groupe de presse Nanfang, supervise aussi le lancement du *Dongfang*. Les deux journaux ont aussi d'autres similitudes : « le *Dongfang Zaobao* utilise les mêmes techniques que le *21Shiji*

Jingji Baodao : les titres en gras, des blocs dans les pages, des articles longs et des images de grande taille », remarque le magazine *Guanggao Dagan* ⁶⁰.



Éditions du Dongfang Zaobao 9 et du 10 octobre 2006, avant et après le changement de maquette.

À l'occasion de la relance du journal, en octobre 2006, le *Dongfang* réduit son format. Il devient un tabloïd de 390 mm de haut sur 270 mm de large. Il adopte ainsi le même format que celui de ses concurrents directs de Shanghai, le *Xinwen Chenbao* et le *Shanghai Qingnianbao*. Alors que le grand format se prête à la lecture au bureau, le tabloïd peut être lu dans la rue et dans les transports en commun.

En réduisant son format, le *Dongfang* réduit ses coûts d'impression et se situe dans une tendance mondiale. « 67% des journaux étaient des grands formats

⁶⁰ *Guanggao Dagan*, op.cit., p. 80.

(broadsheet) en 1999. Ils ne sont plus que 58% en 2005 », rappelle le Syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR) française⁶¹. Une fois de plus, les responsables du *Donfang* s'inspirent de l'exemple du *Guardian*. Ce dernier est passé, en septembre 2005, d'un grand format au berlinois. À ce propos, le Syndicat de la presse quotidienne régionale souligne que la réduction du format favorise en général l'augmentation du temps de lecture.

La réduction du format du journal provoque une diminution du nombre de titres abordés dans les pages, qu'elle soit de couverture ou en interne. Alors que la dans sa première formule, le *Dongfang* publie en moyenne 11 sujets dans sa page de couverture, il n'en aborde plus que 7 à partir de octobre 2006. En revanche, elle n'affecte pas le nombre de publicité dont elle augmente plutôt la visibilité. En effet, le lecteur d'un journal au format tabloïd a moins tendance à plier son support. Du coup, la réduction du format augmente les chances des insertions publicitaires d'être vues et lues par le lecteur. Ce point est essentiel dans le cas du *Dongfang* car les revenus publicitaires représentent plus de 70 % de ses recettes contre moins d'un tiers pour les ventes aux lecteurs.

2) Lifting pour la maquette

La réduction du format du 9 octobre 2006 s'est accompagnée d'un certain nombre d'évolutions de la maquette du *Dongfang*. Celles-ci ont été précédées, en août 2006, d'une étude des maquettes de trois autres journaux, tous étrangers : le *Guardian*, le *Times*, le *South China Morning Post*. « *Trois années après notre lancement, il fallait changer de formule, nous renouveler afin de pouvoir augmenter nos ventes*, explique Yue Qiang, directeur du département de l'édition photo. *En même temps, il fallait faire la différence avec les autres*

⁶¹ Syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR) française, « La tendance à la réduction du format des quotidiens », http://www.pqr.org/chiffres_etudes/pagelisteobjets.2005-06-16.342118763323, p. 3.

journaux avec lesquels nous sommes en concurrence. Le changement de maquette constitue un des moyens de cette relance, mais ce n'est pas le seul. » Plusieurs hypothèses sont étudiées pour la page de couverture : déplacer le titre du journal à gauche ou à droite de la photo principale, placer la première photo du bandeau dans le coin supérieur gauche de la Une, placer le bandeau en bas de page, placer la photo principale au centre de la page. *« Toutes ces formules avaient pour inconvénient de ressembler à des choses que nous avons déjà faites ou qui se pratiquent déjà dans la presse chinoise. Or nous voulions innover et nous différencier des autres journaux chinois »,* se souvient Yue Qiang. Autre point de réflexion : la relation entre la photo principale et le texte. *« Faut-il ou non garder le principe selon lequel les deux sont indépendants dans la plupart des cas ? »*

Au final, le journal opte pour deux choix qui vont structurer la nouvelle maquette, notamment la page de couverture : l'adoption autant que possible du format vertical pour la photo principale, le déplacement des photos du bandeau dans la colonne de gauche. La réduction du format de la page entraîne aussi une baisse du nombre de photos publiées.

a) Format vertical pour la photo principale

Depuis juillet 2003, la photo principale du *Dongfang* répond à une norme. Aussi souvent que possible, elle doit être rectangulaire, insérée dans la partie supérieure de la page, couvrir les 4 colonnes centrales sur les 6 que compte la maquette. Cette norme n'est transgressée qu'exceptionnellement, notamment lors d'événements liés à la conquête spatiale ou aux conditions météorologiques. L'adoption de la nouvelle maquette, le 9 octobre 2006 conduit à une nouvelle norme. Désormais, la photo principale doit être le plus souvent possible verticale et couvrir le haut et le bas de la page de couverture.

En effet, dans les kiosques, le journal est présenté au client plié par le milieu, parmi beaucoup d'autres publications. L'acheteur potentiel du *Dongfang* ne peut

donc voir que la partie supérieure du journal. *« Nous voulons augmenter nos ventes et pour cela donner envie à l'acheteur de choisir notre journal, résume Yue Qiang. Nous pensons que le format de la photo principale peut y contribuer. Jusqu'à octobre dernier, dans la plupart des cas, nous mettions la photo principale dans la partie supérieure de la page, en largeur, afin que l'acheteur puisse facilement en voir l'essentiel. L'idée était que si la photo lui plaît, il achète le journal. Depuis octobre 2006, nous plaçons la photo principale en hauteur de sorte qu'au kiosque l'acheteur n'en voit que la partie supérieure. Nous espérons qu'ainsi il a envie de prendre le journal en main, l'ouvre pour découvrir la partie inférieure de la photo et, finalement, l'achète. »*

Cette nouvelle norme n'est valable que pour la page de couverture. Dans les pages intérieures, le principe reste de garder par page une grande photo horizontale pour l'article principal et une photo d'un format plus réduit pour un des autres articles. *« Pour les double-pages, nous privilégions les grandes photos horizontales, à cheval sur deux pages, précise Yue Qiang. D'une part, cela permet de briser la monotonie de la mise en page, d'autre part ce format de photo incite le lecteur à parcourir l'ensemble de la double-page. »*

b) Déplacement du bandeau vers la colonne de gauche

Autre changement majeur de la page de couverture, le bandeau du haut de page est déplacé vers la colonne de gauche. Dans l'ancienne formule, trois photos de petit format, avec des titres d'articles, forment un bandeau horizontal, placé au dessus du nom du journal. Cette organisation a pour défaut d'étouffer le titre du journal, coincé entre le bandeau et le titre principal de la page. *« Nous avons décidé de déplacer le bandeau avec ses photos et de le mettre en vertical dans la colonne de gauche de la page. Cela nous permet de gagner de la place pour le titre du journal qui devient plus visible. De plus, les photos du bandeau ont pu être légèrement agrandies. L'organisation générale de la page en devient plus légère »*, estime Yue Qiang. Le nombre d'appels de titres en bandeau reste

inchangé à trois. En revanche, alors que l'ancienne maquette réservait systématiquement trois places pour des photos, la nouvelle n'en garde le plus souvent qu'une, rarement deux. Cette réduction du nombre de photos en bandeau répond à la nécessité d'alléger la page de couverture en raison de la diminution du format.

c) Réduction du nombre de photos

En réduisant le format de la page, le *Dongfang* diminue aussi d'un tiers le nombres des entrées en lecture. Alors que le journal publie en moyenne 7,6 photos et articles sans photos en 2003 et 7,7 en 2005, le journal n'en présente plus que 5,3 en 2007.

Cette baisse est entièrement due à la chute du nombre moyen de photos publié par jour en page de couverture. D'une moyenne de 4,6 photos en 2003 et 5 en 2005, le journal ne publie plus que 1,9 en couverture en 2007. La réorganisation du bandeau fournit le moyen de cette baisse. Par contre, la nouvelle maquette n'a pas pour effet de diminuer le nombre de titres sans articles. Au contraire, leur nombre augmente, en passant d'une moyenne de 2,8 en 2005 à 3,4 en 2007. Autrement dit, la nouvelle maquette du journal se paye par une diminution quantitative de l'offre de photos. Cette évolution ne signifie pas pour autant que la photo occupe moins de place dans la page de couverture. C'est même le contraire puisque en 2007 la photo principale occupe une portion de la page de couverture plus grande qu'en 2003 et 2005. Le choix a donc consisté à offrir moins de photos en page de couverture mais à en améliorer la visibilité.

Ce choix effectué tourne le dos à la pratique antérieure du journal. En 2003 et 2005, le *Dongfang* publie en moyenne davantage d'articles avec photos que d'articles sans photos. C'est devenu l'inverse en 2007. En 2005, le journal a même tenté un temps de sortir de son ornière économique en augmentant le nombre de photo pas page de couverture. C'est cette année que le rapport entre

le nombre de photos et celui d'articles sans photos est le plus favorable aux premières.

3) Les acrobaties du prix de vente

Fixé à 1 yuan lors de son lancement, en 2003, le prix du journal reste inchangé jusqu'en octobre 2006, puis il baisse de moitié, à 0,5 yuan. Il reste à ce niveau jusqu'au 21 juillet 2008 où il reprend son prix initial de 1 yuan. La baisse intervient au moment du lancement de la nouvelle formule du journal dans l'objectif d'augmenter les ventes par la conquête d'un nouveau public. Le retour au prix de 1 yuan s'opère deux semaines avant le début des Jeux olympiques de Pékin, et après que le journal eut enregistré une hausse de sa diffusion grâce à sa couverture du tremblement de terre du Sichuan en mai et juin.

Conforme à l'objectif initial de cibler les classes sociales aisées, le prix de 1 yuan adopté en 2003 situe le journal dans le haut de gamme des quotidiens vendus à Shanghai. Il est alors nettement plus cher que ses concurrents. En 2003, le prix du *Dongfang* est le double de celui du *Shanghai Qingnianbao* et dépasse d'un tiers celui du *Xinwen Chenbao*. « *Le prix du Dongfang Zaobao est plus élevé que ceux des autres journaux du même type, constate le magazine Guanggao Dagan. Surtout dans une ville comme à Shanghai face à des concurrents qui se vendent moitié moins cher et comportent des articles riches et courts.* »⁶²

La diminution de moitié de son prix en octobre 2006 bouleverse le marché des journaux du matin de Shanghai. Du jour au lendemain, le prix *Dongfang* est aligné sur celui du *Shanghai Qingnianbao* tandis qu'il devient moins cher que son principal concurrent, le *Xinwen Chenbao*, dont le prix est de 0,7 yuan. Dans les mois qui suivent cette initiative commerciale, les ventes du *Dongfang* font plus que doubler compensant ainsi l'investissement consenti avec la réduction du prix. En juillet 2008, le prix du journal repasse à 1 yuan. Le moment choisi pour

⁶² *Guanggao Dagan, op.cit., p. 80.*

augmenter le prix semble bien choisi : il intervient après le tremblement de terre du Sichuan qui avait provoqué une hausse de ventes et avant le début des jeux olympiques qui devaient les maintenir élevés. En réalité, les ventes auraient chuté dans un premier temps de 20 à 30 000 exemplaires avant de remonter légèrement.

La baisse du prix intervenue en octobre 2006 n'explique pas à elle seule l'augmentation des ventes du journal. En même temps, le journal réduit son format, s'adresse à un nouveau public, change sa maquette et augmente la part des informations locales. L'importance respective de ces facteurs dans l'augmentation des ventes est difficile à cerner. Cependant, pour les tenanciers de kiosques comme pour les journalistes du *Dongfang*, la réduction du prix constitue le principal facteur de l'augmentation des ventes du journal.

Si le prix de vente est un élément déterminant dans la décision d'achat du lecteur, il n'en est pas de même pour le budget du journal dont les revenus dépendent avant tout de la publicité. « *Les ventes au numéro et par abonnement représentent 20 % des recettes du Dongfang, la publicité 80%* », précise Chen Jibing, vice-rédacteur en chef. Selon lui, « *la prépondérance des revenus publicitaires dans les recettes est générale dans les journaux chinois* ». Elle a pour conséquence que le prix du journal et les revenus générés par la vente sont moins importants que les chiffres de diffusion du journal car ce sont ces derniers, s'ils sont en hausse, qui convainquent les annonceurs d'acheter des espaces publicitaires.

D. Le déroulé du journal

1) Une organisation en cahiers

Quatre cahiers structurent la pagination du *Dongfang*. Chacun est identifié par une lettre de l'alphabet : A, B, C, D.

Le cahier A est consacré aux informations générales. Il traite des nouvelles nationales et internationales, des informations de la métropole shanghaienne et de celles du delta du Yangzi. Le cahier B est consacré à l'économie et aux finances et le cahier C aux sports, aux loisirs et à la culture. Le cahier D correspond à un supplément thématique.

Dans la première période du journal, chaque édition comporte un supplément dont le thème change chaque jour. Ce thème peut être régulier avec un traitement hebdomadaire, tels les suppléments Vie ou Immobilier, ou bien correspondre à des éditions spéciales en cas d'événements particuliers. Le cas du supplément de 8 pages anglophone *Oriental Express* est particulier. Édité le week-end, l'*Oriental Express* ne constitue ni un résumé, ni une traduction des articles chinois. Il comporte des sujets originaux de société, mode, culture et immobilier. Avec ce supplément, le *Dongfang* espère toucher un lectorat d'étrangers installés à Shanghai et séduire des Chinois envieux de lire l'anglais. Mais c'est un échec commercial : les étrangers n'achètent pas un journal chinois qui ne comporte que quelques pages en anglais. De plus, étrangers et Chinois trouvent dans le quotidien *Shanghai Daily* un journal totalement anglophone pour le même prix que le *Dongfang*. Par conséquent, l'*Oriental Express* cesse de paraître à partir de janvier 2005.

Le principe d'organisation en cahiers reste inchangé depuis 2003, malgré le changement de maquette intervenu en 2006. Toutefois, en 2005, les difficultés économiques du journal le conduisent à réduire la pagination au point de ne plus compter parfois que 8 ou 16 pages regroupées en un seul cahier.

Par ailleurs, le poids respectif des cahiers évolue : le cahier A gagne, en moyenne, 8 pages quand le B en perd autant entre 2003 et 2007. Ces changements sont le reflet de l'évolution du poids des rubriques. Ils témoignent du fait que le *Dongfang*, journal d'informations économique et financière et d'informations générales à ses débuts, est devenu au bout de quelques années un journal avant tout d'informations générales et locales.

2) Des rubriques de poids variables

Comme le système de cahiers, les intitulés de rubriques restent, pour l'essentiel, les mêmes malgré les aléas du journal. Cependant, leur importance respective évolue beaucoup en fonction des changements éditoriaux.

Le principal changement correspond à la montée en puissance de la rubrique Métropole. Limitée à une moyenne de 4 pages en 2003, elle passe à 6 pages dès l'automne 2005 et atteint jusqu'à 8 pages après le changement de maquette en octobre 2006. L'augmentation de la rubrique Métropole correspond à la volonté du journal d'être plus proche des préoccupations de la vie quotidienne des Shanghaiens, qu'ils soient cadres supérieurs ou moyens. Les rubriques Evénement et International s'étoffent également d'une à deux pages supplémentaires. Ces rubriques font toutes parties du cahier A qui gagne en moyenne 8 pages.

Le cahier B et ses rubriques économie et finances est perdant dans l'évolution puisqu'il perd en moyenne 8 pages. On assiste aussi à un changement interne au cahier. La rubrique Marchés gagne en importance, tandis que la rubrique Investissements disparaît à partir d'octobre 2006. Même si une partie des informations de la rubrique Investissements est reprise dans les rubriques Entreprises et Affaires, ce changement peut-être lu comme un écho de l'évolution de la structure des revenus des lecteurs du *Dongfang*. Les revenus des lecteurs dépendent de plus en plus de l'évolution de la bourse de Shanghai dans laquelle ils investissent une part de leur épargne, attirés par des cours à la

hausse. Quant à l'industrie, elle tend à quitter Shanghai et à se délocaliser dans les provinces avoisinantes tandis que l'économie de la métropole se tourne davantage vers les services financiers et bancaires.

Quant au cahier C, il maigrit durant l'année 2005 en raison des difficultés économiques du journal avant de retrouver, à partir de 2007, un niveau de pagination similaire à celui des deux autres cahiers.

3) Une pagination fluctuante

La pagination du *Dongfang* est très irrégulière. Fin 2007, elle varie habituellement de 16 pages le dimanche à 56 pages les vendredi, mardi et mercredi, en passant par 24 pages le samedi, 32 pages le lundi et 48 pages le jeudi. Mais elle peut aller jusqu'à 72 pages avec l'édition de suppléments spéciaux. D'un rapport de 1 à 4 ou 5 en 2007, la variation hebdomadaire est modeste comparée aux changements intervenus sur la période de quatre ans depuis la création du journal. Car, la pagination évolue dans un rapport de 1 à 12 entre 2003 et 2007. Par exemple, l'édition du vendredi 26 décembre 2003 comporte 96 pages, dont 48 dans les trois cahiers A, B, C et 48 pages de suppléments. Mais l'édition du samedi 14 janvier 2006 compte seulement 8 pages réunies dans un seul cahier quand celle du 24 août en compte 72. Ces éditions témoignent de trois périodes distinctes de l'histoire du journal : l'édition à 96 pages date des débuts flamboyants et ambitieux de 2003, celle de 8 pages correspond à la période de crise et la dernière reflète la relance du journal. Les fortes fluctuations de la pagination ne change rien au prix de vente. Ainsi, entre le premier numéro en juillet 2003 et octobre 2006, la pagination varie de 1 à 12 alors que le prix de vente reste inchangé à 1 yuan. En 2005, un lecteur achète donc pour le même prix un journal qui comporte 80 ou 90 pages en moins que deux années plus tôt.

La baisse de la pagination du *Dongfang* en 2004 et 2005 s'explique par l'échec de sa diffusion, tandis que l'augmentation du nombre de pages à l'automne 2006

est la conséquence d'une relance réussie. Dans un réel système de marché, un journal aurait sans doute du mal à survivre à un tel effondrement de sa pagination similaire à celui expérimenté par le *Dongfang* en 2005. Mais en Chine les journaux, fussent-ils de commercialisés comme le *Dongfang* doivent au moins autant leur existence, et leur survie, à des décisions politiques du Parti communiste chinois qu'à leur situation économique.

En tout cas, la nouvelle formule du *Dongfang*, en octobre 2006, permet une forte augmentation des ventes. Grâce à ce succès, la pagination augmente à nouveau pour accueillir des insertions publicitaires. Alors que le journal était dans un cercle vicieux de baisse des recettes publicitaires et de la pagination en 2004 et 2005, il entre en octobre 2006 dans un cercle vertueux d'augmentation des recettes et de la pagination. Toutefois, il ne retrouve plus les paginations maximales atteintes en 2003.

4) Aux petits soins pour la vitrine

Pour tout journal, la page de couverture est cruciale car elle doit séduire le lecteur en lui exposant de la façon la plus attrayante possible l'essentiel des informations. Pour le *Dongfang*, la page de couverture est encore plus importante que pour ses concurrents car elle doit concrétiser son credo pro photo et prouver la capacité du journal à faire la différence grâce à la qualité des photos et de leur mise en page. Cependant, c'est aussi l'espace le plus surveillé par le Département de la propagande. En fait, les pages de couverture des journaux chinois ont droit à une attention de la part des censeurs qui s'apparente à celle des journaux d'information télévisés.

La nouvelle formule du journal, en octobre 2006, donne lieu à deux grands changements dans la maquette de la page de couverture : la photo principale devient verticale afin de couvrir le haut et le bas de la page ; le bandeau, placé initialement en horizontal en haut du titre du journal, devient vertical et est

déplacé sur la colonne de gauche. Suite à ces modifications, la page de couverture du *Dongfang* est organisée en 6 espaces distincts.

Le bandeau de titre occupe une bande de 6,5 cm de haut. Il est composé du titre du journal, imprimé en rouge, au-dessus duquel est imprimée sa traduction en anglais (*Oriental Morning Post*) et la devise du journal : « *le pouvoir d'influencer est suprême* ». Sur sa gauche est indiqué le jour d'édition en calendrier occidental, complété par la date dans le calendrier lunaire. Sur la droite du titre est précisé le nombre de pages de l'édition du jour et le prix du journal à Shanghai, soit 1 yuan à partir du 21 juillet 2008.

La surface utile du journal est divisée en 5 colonnes (contre 6 dans la première formule du journal). Celle de gauche est occupée par le bandeau de titres, anciennement placé en horizontal en haut de page. Le bandeau annonce toujours 3 titres avec leurs renvois à l'intérieur du journal. Le principe étant d'un appel en bandeau pour chacun des trois cahiers du journal. Un des titres du bandeau est agrémenté d'une photo, en général sur un sujet sportif ou culturel ; l'image est souvent détournée pour dynamiser la mise en page. Les deux autres titres du bandeau traitent de sujets politique ou économique. Le bas de la colonne de gauche résume la météo du jour, précise que le *Dongfang* fait partie du groupe de presse Wenxin, indique le numéro d'enregistrement du journal CN31-0009, le code postal, le numéro de l'édition et le prix national de 3 yuans à partir du 21 juillet 2008. Un code barre ferme la colonne.

Au centre, en dessous du titre du journal, les colonnes 2 et 3 sont occupées par la photo principale. Verticale, elle descend jusque dans la partie inférieure de la page de couverture, dépassant la pliure du milieu. Indépendante des autres articles de la page de couverture, la photo principale comporte un titre et une légende de la taille d'une brève. Dans la première version de la maquette, la norme était que la photo principale occupe 4 colonnes (2 à 5) sur le haut de la page. Depuis octobre 2006, la photo principale traite plus souvent qu'avant de sujets locaux ; avant les sujets internationaux étaient plus souvent présents.

À droite de la photo principale, les colonnes 4 et 5 sont réservées au titre de l'article principal dont l'article commence ou se poursuit en pages intérieures. Il n'est pas accompagné d'une photo. Afin de le rendre plus visible, la force de corps du titre principal est supérieure à celle du titre de la photo principale. En dessous de ce premier titre, le ventre de la page propose un deuxième titre sans photo, sur une force de corps moindre que celle du titre principal. Titre principal et deuxième titre sont le plus souvent consacrés à l'actualité chinoise, politique ou économique, ou bien à un événement survenu à Shanghai.

Le bas de la page, sur toute sa largeur, à l'exception du bas de la colonne de gauche, annonce un titre accompagné d'une photo. Ce troisième titre tend à porter sur des sujets sociaux ou internationaux.

Au total, après octobre 2006, une page de couverture type du *Dongfang* comporte sept titres et trois photos, dont deux accompagnent des titres. Le nombre d'articles sans photos est en moyenne de quatre. Ces chiffres traduisent une simplification de la page de couverture par rapport à la première formule du journal. Celle-ci comportait onze titres en moyenne et six illustrations. La diminution du nombre de titres et de photos est une conséquence de la réduction du format du journal passé au tabloïd en octobre 2006.

En surface, la deuxième formule du journal accorde plus d'espace aux photos que la première. En effet, jusqu'en septembre 2006, les photos occupent en moyenne un peu moins du tiers de la page utile (hors titre du journal et marges).

À partir d'octobre 2006, l'espace consacré aux photos atteint près de 50%.

L'organisation de la page de couverture ainsi décrite est standard. Elle varie au gré des éditions. Certaines comportent une photo ou un titre en plus ou en moins. L'insertion d'un autre titre supplémentaire, au-dessus du titre principal, est assez courante. D'une force de corps moindre que ce dernier, il annonce des décisions politiques que le Département de la propagande oblige à place tout en haut de page.

E. Comparaisons entre le *Dongfang Zaobao* et d'autres journaux

Les journalistes du *Dongfang* aiment comparer leur journal avec des modèles étrangers et le distinguer de publications chinoises.

Pour sa maquette et le rôle de la photo, le *Dongfang* s'est inspiré de modèles étrangers, notamment du britannique *Guardian* et du hongkongais *South China Morning Post*. Les deux journaux sont d'ailleurs exposés en libre accès aux journalistes dans la salle des conférences de rédaction. Autre indication du rôle de modèles que joue ces deux journaux, un mur du service des informations internationales compare les pages de couverture du *Guardian*, du *South China Morning Post*, du *New York Times* et du *Dongfang* publiées lors de la semaine qui suit le tsunami qui ravage les pays d'Asie du Sud en janvier 2005. Quant aux murs du bureau du chef du Centre visuel, ils sont tapissés de sorties en couleurs des pages de couverture du *Guardian*, du *South China Morning Post*, du *New York Times*, du *Washington Post* et de *Libération*. De fait, le *Dongfang* ambitionne de devenir pour Shanghai et la Chine ce que ces quotidiens sont dans leurs pays : des quotidiens de référence, respectés pour la qualité de leurs contenus, de leurs mises en page et de leurs illustrations.

Par ailleurs, en tant que journal métropolitain de Shanghai, le *Dongfang* est en concurrence avec d'autres journaux commercialisés du matin. Parmi ces derniers, le *Xinwen Chenbao* tient une place essentielle en tant que plus important journal de Shanghai. Le *Dongfang* veut s'en distinguer par la qualité de ses informations, notamment visuelles. De même, il tient à marquer sa différence avec des journaux officiels du Parti communiste chinois, le principal représentant de cette catégorie à Shanghai étant le *Jiefang Ribao*.

D'où l'intérêt de comparer le *Dongfang* à ces deux fleurons de la presse internationale, à son principal concurrent de Shanghai ainsi qu'à un représentant de la presse officielle.

1) Comparaison avec le *Guardian*

Le *Guardian* occupe une place à part, car c'est le journal étranger qui exerce la plus grande influence sur le *Dongfang*.

a) Ressemblances dans les formes

Le format, le public, le nombre de photos, leurs tailles et leur répartition dans la page... Sur tous ces points, le *Dongfang* ressemble au *Guardian*. Loin de s'en cacher, il se vante de cette ressemblance et avoue s'inspirer de son confrère britannique.

De sa création, en juillet 2003, en octobre 2006, le *Dongfang* utilise le même grand format que le *Guardian*. Se voulant journal de qualité de Shanghai, le *Dongfang* reproduit ce format synonyme de sérieux. Cependant, il adopte ce format alors que la tendance mondiale est à la réduction de la taille des journaux. Quand l'échec de sa diffusion le conduit, en octobre 2006, à passer au format tabloïd, il suit l'exemple du *Guardian* qui adopte le format berlinois en septembre 2005.

Comme pour son confrère britannique, la page de couverture du *Dongfang* est marquée par une grande photo et une ou deux petites photos en appui de titres. Avant la nouvelle formule d'octobre 2006, la ressemblance des deux journaux est d'autant plus forte qu'ils placent chacun trois photos en bandeau horizontal, en haut de page. Après octobre 2006, le *Dongfang* se distingue davantage du *Guardian* car son bandeau devient vertical sur la colonne de gauche.

Toutefois, le *Guardian* recourt à une palette de formats de photos plus variée que le *Dongfang*. Le journal britannique recourt bien plus que son homologue shanghaiens au détournage, au carré, au cercle et il varie les types de rectangles.

Son objectif est de briser autant que possible la monotonie des formats de photo. Le *Dongfang* n'y réussit pas autant, même s'il recourt fréquemment au détourné. La ressemblance entre le *Dongfang* et le *Guardian* se concrétise également dans l'usage des crédits photos. Aucun des deux journaux ne crédite les petites photos dans les bandeaux, car elles sont reproduites en grand, avec l'indication de leur origine, dans les pages intérieures. Cependant, une différence importante apparaît dans la gestion du crédit de la photo principale : tandis que le *Guardian* crédite toutes les grandes photos de sa Une, le *Dongfang* ne le fait pas systématiquement. Cette différence s'explique par l'interdiction de principe faite au *Dongfang* de reproduire des photos achetées directement à des agences de presse étrangères.

b) Différences sur le fond

Outre des différences de formes, le *Guardian* se distingue du *Dongfang* sur plusieurs questions de fond, notamment le traitement de l'information politique et la représentation des dirigeants nationaux.

En matière d'information politique, une différence sensible concerne l'absence de rubrique Politique dans le *Dongfang*. Chez ce dernier, les sujets politiques sont abordés dans la rubrique National. En outre, le *Guardian* se fait l'écho de critiques du Premier ministre britannique alors que le *Dongfang* masque toute expression de désaccords entre les dirigeants chinois ou de reproches envers le pouvoir. Par ailleurs, le *Dongfang* accorde une importance bien plus grande que le *Guardian* à la conquête spatiale et à la météo. Ces thèmes expliquent également la proportion plus élevée de photos de style spectaculaire dans le *Dongfang*.

Une autre différence réside dans les images des dirigeants. L'indépendance rédactionnelle du *Guardian* se traduit par des traitements impensables dans le *Dongfang*. Par exemple, cette représentation de la reine d'Angleterre, coincée seule en bas à droite de la photo principale, se protégeant elle-même de la pluie

au rez-de-chaussée d'un bâtiment, alors qu'au premier étage un groupe d'hommes et de femmes est à l'abri de l'intempérie (*Guardian* du 30 juillet 2007). Ce genre d'images est impossible dans le *Dongfang* car le Département de la propagande y verrait une forme d'irrespect du dirigeant chinois.

La réelle similitude de forme entre le *Dongfang* et le *Guardian* n'équivaut donc pas à une égalité dans la qualité des journaux au plan visuel. Au plan de la mise en forme des images, le *Guardian* sait jouer sur une gamme plus large de formats que le *Dongfang*. D'autre part, au *Guardian* ces techniques sont au service d'une ambition éditoriale plus grande servie par une véritable indépendance de la rédaction.

2) Comparaison avec le *South China Morning Post*

Second journal avec lequel le *Dongfang* aime se comparer, l'anglophone *South China Morning Post* (SCMP) de Hong Kong a la particularité d'être édité en territoire chinois depuis la rétrocession de l'ancienne colonie britannique, en 1997. Depuis lors, Hong Kong jouit d'un statut à part dans l'ensemble chinois, celui de Région administrative spéciale (RAS) qui lui reconnaît un haut degré d'autonomie et préserve une presse indépendante du pouvoir. Cette particularité confère à l'ensemble de la presse de Hong Kong, et en particulier au *SCMP*, une forte influence sur les journalistes chinois. Ces derniers voient souvent dans le *SCMP* le modèle de ce qu'ils voudraient voir advenir un jour dans la presse du continent.

Cependant, aux yeux du *Dongfang*, le *SCMP* est clairement moins important que le *Guardian*. Par exemple, lors de son lancement, le *Dongfang* adopte un format proche de celui du *SCMP*. Mais par la suite, il imite le *Guardian* et réduit son format tandis que le *SCMP* garde le sien inchangé.

Sur le fond, le *SCMP* traite de l'actualité chinoise d'une façon très différente du *Dongfang*. Les observateurs du *SCMP* estiment que le journal a perdu depuis 1997 une partie de son mordant envers Pékin, mais il n'en continue pas moins de

publier des informations sur la Chine qui ne trouvent pas place dans un journal contrôlé par le Département de la propagande. Par exemple, il rend compte des réflexions américaines sur la « menace militaire chinoise », alors que le *Dongfang* doit répandre la thèse de « l'émergence pacifique » de la Chine. Autre différence sensible, celle qui touche à la couverture de l'actualité politique de Taiwan. Alors qu'elle est factuelle dans le *SCMP*, y compris pour les déclarations de l'ancien président indépendantiste Chen Shui-bian, elle est sélective et féroce anti-indépendantiste dans le *Dongfang*. Cette différence de traitement se reflète en image dans la mesure où le *SCMP* publie des photos des dirigeants indépendantistes taiwanais quand le *Dongfang* ne reproduit que des photos des dirigeants du Parti nationaliste. Enfin, le *SCMP* ne manque pas, à la différence du *Dongfang*, d'informer ses lecteurs, y compris en images, des manifestations et confrontations parfois violentes qui ont lieu sur le continent entre manifestants et forces de l'ordre. Ces informations sur la répression de manifestants jouent d'ailleurs un rôle essentiel dans la défiance de la majorité des habitants de Hong Kong face au pouvoir de Pékin.

3) Comparaison avec le *Xinwen Chenbao*

Édité par le groupe de presse Jiefang, rattaché au Comité du Parti communiste de Shanghai, le *Xinwen Chenbao* est le principal journal du matin à Shanghai. Le *Dongfang* entretient avec le *Xinwen Chenbao* une relation ambivalente : il représente pour lui à la fois un modèle et un repoussoir. Le *Xinwen Chenbao* est un modèle de réussite commerciale car son tirage est bien plus élevé que celui du *Dongfang*, grâce notamment à sa capacité à produire des informations locales. Il est aussi un repoussoir par son côté populiste et son moindre intérêt pour la photo d'actualité.

Une constante se dégage de cette relation : le *Dongfang* prend toujours ses décisions en fonction du *Xinwen Chenbao*. Ainsi, les conférences de rédaction du *Dongfang* donnent toujours lieu à une comparaison avec le *Xinwen Chenbao*.

Le rapport avec le *Xinwen Chenbao* est structurant puisqu'il touche les décisions concernant le format, le prix, les publics, les contenus des deux journaux. En 2003, la décision du *Dongfang* d'adopter un format de page berlinois répond à une volonté de se distinguer du *Xinwen Chenbao*, de même que l'affichage d'un prix plus élevé. L'échec commercial de la première version du *Dongfang* le fait changer son fusil d'épaule. À partir d'octobre 2006, au lieu d'essayer de se distinguer au maximum du *Xinwen Chenbao*, il s'inspire de quelques unes de ses recettes dans l'espoir d'imiter son succès commercial. Ainsi, il adopte le même format tabloïd que le *Xinwen Chenbao*. De plus, il réduit son prix de moitié dans l'objectif de devenir moins cher que lui. Enfin, il élargit le public ciblé aux classes moyennes et décide d'augmenter la part des informations locales publiées dans l'idée de prendre des lecteurs au *Xinwen Chenbao*.

Les journalistes du *Dongfang* reconnaissent au *Xinwen Chenbao* une capacité à produire davantage d'informations locales et dans un style plus proche des préoccupations de ses lecteurs. Mais les photojournalistes et éditeurs photos lui reprochent une inconstance dans la qualité des photos publiées et une part de sensationnalisme. Ils voudraient tout à la fois imiter le *Xinwen Chenbao* pour la quantité d'informations locales publiées et s'en distinguer par la qualité des photos.

La priorité accordée par le *Xinwen Chenbao* à l'actualité locale de Shanghai se reflète dans les articles de la page de couverture. Il consacre une moitié de ses titres de couverture à l'actualité locale alors que le *Dongfang* n'y consacre au mieux qu'un tiers. De plus, il comporte en moyenne 3 à 4 titres de plus que le *Dongfang*.

La surface allouée par le *Xinwen Chenbao* à la photo est sensiblement la même que celle du *Dongfang* dans sa première formule, de 2003 à octobre 2006, soit un peu moins du tiers de la surface de la page de couverture. Cependant, le *Xinwen Chenbao* n'insère dans sa page de couverture qu'une seule photo, plus grande en surface que la photo principale du *Dongfang*. Par ailleurs, la surface

globale allouée à la photo devient inférieure à celle du *Dongfang* après octobre 2006.

Dans sa rivalité commerciale avec le *Xinwen Chenbao*, le *Dongfang* se distingue donc par l'usage plus important de la photo d'actualité. Il traite en images un nombre plus grand de sujets et accorde à ces dernières une surface plus importante, surtout après octobre 2006. Ce choix favorable à l'iconographie ne suffit cependant pas pour lui permettre de rivaliser avec les tirages du *Xinwen Chenbao*, y compris après l'adoption de sa nouvelle formule en octobre 2006. L'opinion générale parmi les journalistes et observateurs du marché de la presse de Shanghai est que l'augmentation de la diffusion du *Dongfang* après octobre 2006 ne s'est pas faite au détriment du *Xinwen Chenbao*, mais de son autre concurrent du matin, le *Shanghai Qingnianbao*, dont le tirage est en nette baisse.

4) Comparaison avec le *Jiefang Ribao*

Organe officiel du comité du Parti communiste de Shanghai, le *Jiefang Ribao* est édité, comme le *Xinwen Chenbao*, par le groupe de presse Jiefang. Au sein de ce groupe de presse, il joue le rôle de porte-drapeau politique quand le *Xinwen Chenbao* exerce la fonction de journal de métropole commercialisé. Les ressources du *Jiefang Ribao* ne proviennent que marginalement du marché. Il comporte des publicités, mais il est rare de le trouver en vente dans les kiosques. Sa survie économique dépend de la souscription contrainte d'abonnements par des entreprises et des administrations publiques tenues de transmettre à leurs employés les messages de la propagande. Il ne représente donc pas un concurrent commercial du *Dongfang*. Cependant, malgré leur différence de statut, le *Jiefang Ribao* est important pour le *Dongfang*. Ses employés le citent toujours comme exemple de ce qu'ils ne veulent pas faire. Les journalistes chinois emploient pour les publications comme le *Jiefang Ribao* l'expression de "journal du Parti". Cette expression est à la fois littéralement juste et fallacieuse quand elle sert à les distinguer des journaux commercialisés.

Juste car la différence entre un journal du Parti et un journal commercialisé est importante, aussi bien sur la forme que sur le fond ; fallacieuse, car elle laisse entendre que les journaux commercialisés comme le *Dongfang* sont indépendants du Parti communiste. En réalité, ce dernier garde le contrôle de tous les journaux édités en Chine.

N'ayant pas le souci d'équilibrer ses comptes par des ventes aux lecteurs, le *Jiefang Ribao* ne fait guère d'effort en matière de maquette et de mise en page. Sa page de couverture ressemble à un empilement d'articles classé selon l'ordre protocolaire des personnages politiques évoqués. Elle n'est agrémentée que d'une ou deux petites photos dans le bas de la page. Ces photos traduisent une actualité positive : une activité d'un dirigeant, un succès chinois technologique ou sportif, une action de solidarité, la vigilance des forces armées, etc.

Les articles sont souvent de simples reprises de dépêches de l'agence Chine nouvelle ou bien rendent compte de réalisations du régime, de positions officielles du pouvoir. L'insertion d'une photo dans le haut de la page sert en général à illustrer les activités d'un dirigeant national, par exemple, le président chinois Hu Jintao recevant un dignitaire étranger. Dans ces cas, le *Jiefang Ribao* publie la photo officielle réalisée par l'agence Chine nouvelle montrant Hu Jintao en général de face, statique et souriant. Les journalistes du *Dongfang* aiment prendre en exemple ce type de photos pour illustrer la différence entre leur journal et ceux "du Parti".

Conclusions provisoires

Né de la volonté du Comité du Parti communiste de Shanghai de diffuser une information améliorée aux cadres supérieurs et de faire émerger chez les lecteurs un sentiment d'appartenance commune à la région du delta du Yangzi, le *Dongfang* accorde à la photo une place plus importante que ses concurrents afin de séduire son public.

Mais l'échec du journal à atteindre les objectifs de diffusion le conduit à revoir tous les paramètres, à peine trois années après son lancement. La première formule du journal dure depuis son lancement, le 7 juillet 2003, à l'automne 2006. La deuxième est lancée le 9 octobre 2006.

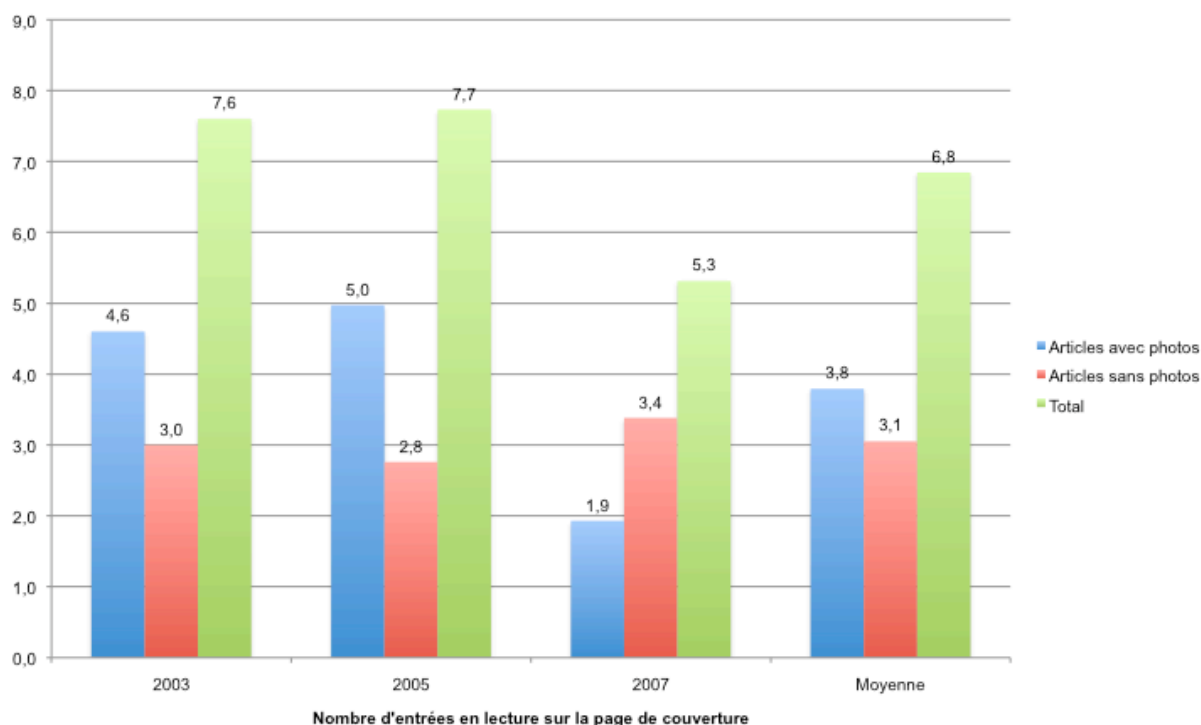
Cette véritable re-naissance du *Dongfang* l'éloigne en partie des modèles étrangers qui l'ont inspiré à ses débuts. Elle le rapproche davantage du modèle de *dushibao* dominant à Shanghai : populaire, axé sur les nouvelles locales. Mais aussi limité étroitement dans son autonomie par le Département de la propagande et dénué de tout esprit critique à l'égard du pouvoir.

Il ressort de la comparaison entre le *Dongfang* et d'autres journaux qu'il se trouve dans une sorte d'entre-deux. Sur bien des aspects de formes, mais aussi parfois de contenus, le *Dongfang* rivalise en qualité avec les journaux étrangers. D'un autre côté, le *Dongfang* ne maîtrise pas avec la même finesse la gamme des formes éditoriales et visuelles que ses modèles étrangers. Mais surtout, sur le fond, la tutelle du Département de la propagande l'empêche de devenir un journal de référence au sens du *Guardian* ou du *South China Morning Post*.

LA CONSTRUCTION DE L'ACTUALITÉ EN IMAGES

Comment l'ambition pour la photo affichée par le *Donfang* se concrétise-t-elle au quotidien sur sa page de couverture ? Entre quelles rubriques et quels thèmes les photos sont-elles réparties ? Sur la base d'un recensement systématique de toutes les images publiées en page de couverture, un calcul statistique donne des tendances. Celui-ci opère en quatre directions : l'observation des poids et évolutions des photos dans les rubriques, la mise en évidence de figures de l'actualité, le calcul de la fréquence de certains mots clés, l'identification de contraintes. L'analyse débouche sur un calcul des degrés de photogénie et la discussion de ses critères.

Tableau 1 : Nombre d'entrées en lecture sur la page de couverture



L'étude porte sur les seules pages de couverture. Vitrine commerciale du journal, elles concentrent les choix de la rédaction et les contraintes de la censure. L'observation se fonde sur le recueil et l'analyse de plusieurs centaines de pages de couverture du journal entre 2003 et 2007. Les éléments récupérés ont été introduits dans une base de données, puis exploités statistiquement.

A. Les rubriques du journal : la hiérarchie officielle de l'actualité

Fixées par le journal, les rubriques forment l'ossature de toute publication régulière. Inscrites en haut des pages, leurs noms informent le lecteur de l'organisation de l'actualité par le journal.

L'importance qu'un journal accorde à une rubrique se mesure souvent par le nombre de pages qu'il accorde à chacune. Dans notre étude, ce calcul s'opère selon la distribution des images par rubrique et figures de l'actualité sur la seule page de couverture.

Le *Dongfang* a structuré l'actualité dans les rubriques International, Chine, Delta, Métropole, Economie-Finances, Culture, Sport. Il y ajoute une double-page Evénements consacrée alternativement à l'une ou l'autre rubrique. Le décompte tient compte de cette répartition.

1) La rubrique Internationale perd la tête

Sur la moyenne des trois années étudiées, la rubrique Internationale arrive nettement en tête avec 25% de toutes les photos présentes en pages de couverture. Les autres rubriques se tiennent dans une fourchette de 13% à 17%

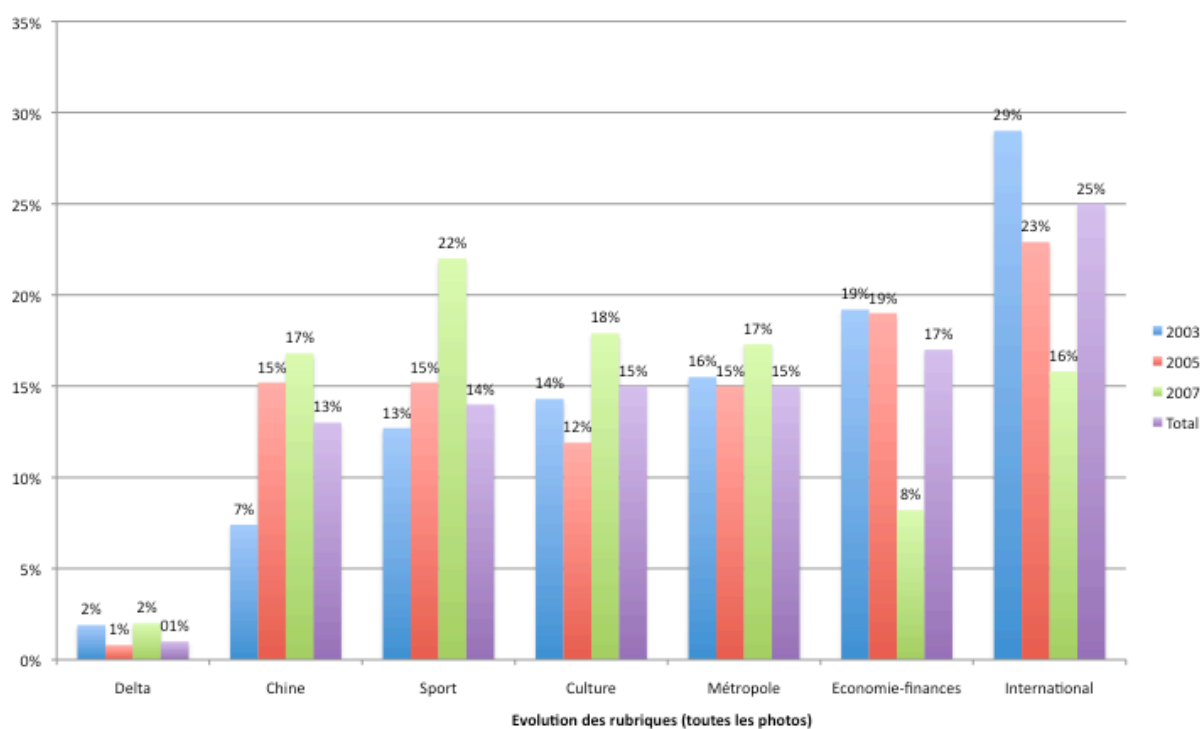
des photos. La rubrique Delta est marginale avec seulement 1% de photos (voir tableau 1).

La prépondérance des informations internationales satisfait à l'ambition du journal de fournir à ses lecteurs l'essentiel de l'évolution du monde et des rapports que la Chine entretient avec lui. Pour Shanghai, porte pour les échanges entre la Chine et le monde à l'heure de la mondialisation, le *Dongfang* joue le rôle de capteurs d'information de l'étranger. En ce sens, il est pleinement un journal de son temps : créé en 2003, il accompagne la croissance de Shanghai tirée en bonne partie par ses échanges avec l'étranger. À un lectorat formé de cadres en situation de gérer la ville ou d'entretenir des échanges avec l'étranger, il veut fournir les informations qui situent leur action dans un contexte international. Cependant, la moyenne générale masque le fait que la rubrique Internationale s'effrite de 19% en 2003 à 16% 2007. Cette année, la rubrique Internationale n'arrive plus qu'à la cinquième place. Entre-temps, les informations sur la Chine ont pris plus de poids.

La rubrique Economie-Finances enregistre une chute encore plus importante en perdant plus de la moitié de son poids. De 19% des photos en 2003 et 2005, elle passe à 8% en 2007. La baisse d'importance de la rubrique Economie-Finances contredit l'objectif initial du *Dongfang* d'être avant tout un journal d'informations économiques. Elle est autant la marque d'un échec que d'une réorientation éditoriale.

En revanche, les rubriques Chine, Sport et Culture gagnent du poids, respectivement de 10%, 9% et 4%. La rubrique Métropole progresse d'un modeste point de pourcentage. Seule la rubrique Delta, parent pauvre du journal, stagne en 2007 au même score qu'en 2003, à 1% des images.

Tableau 2 : L'évolution des rubriques des photos



La répartition par rubrique des seules photos principales confirme les points importants constatés pour le total des photos et les amplifie. La rubrique Internationale y occupe un poids de 35% sur la moyenne des trois années (soit 10% de plus que pour la totalité des photos). Mais elle représente 43% des photos principales en 2003, jusqu'à 52% en 2005 et seulement 11% en 2007. Là aussi, le Sport gagne du poids en doublant presque de poids. Mais à la différence du total des photos, l'effondrement de l'International bénéficie aussi à la rubrique Économie-finances qui triple sa représentation. À noter le quadruplement du poids de la rubrique Delta. En revanche, la rubrique Métropole retrouve en 2007 quasiment le poids qu'elle avait en 2003 après un creux en 2005.

Le schéma s'inverse pour les autres photos (à l'exclusion de la photo principale) : cette fois, la rubrique Internationale passe de 31% en 2003 à 40% en 2007. Non seulement la rubrique augmente de poids, mais en plus elle creuse l'écart avec les autres. Un effet de vase communicant est donc à l'œuvre au

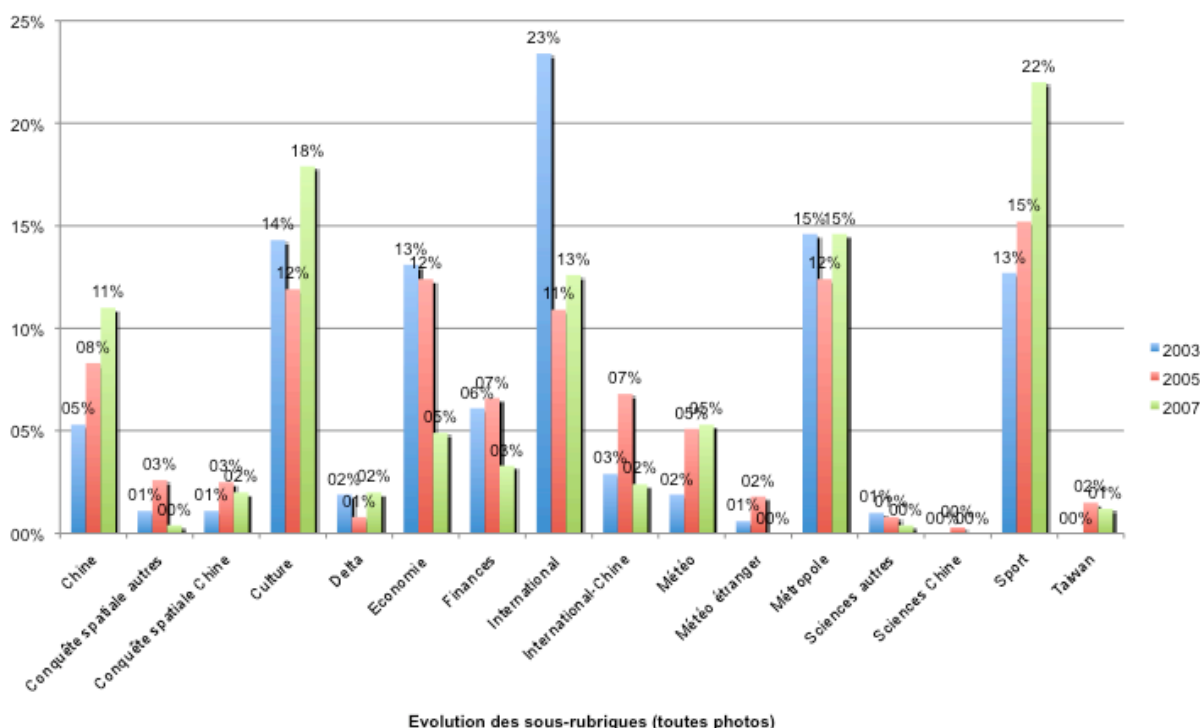
constat de la baisse de la rubrique Internationale pour les seules photos principales et son augmentation parmi les autres photos. En deuxième position parmi les autres photos arrive la rubrique Métropole avec 25% des images. Même si son poids diminue au fil des années, elle reste toujours deuxième alors que pour les photos principales elle n'arrive qu'en troisième position. Ces divers changements dans le poids des rubriques sont le fruit des évolutions du journal entre 2003 et 2007. Au fur et à mesure, le *Dongfang* accorde davantage de places aux nouvelles de loisirs et de proximité au détriment de l'actualité sérieuse et de l'ouverture vers le monde.

2) Les leçons des sous-rubriques

Le découpage en sous-rubriques donne une vue plus précise de la situation et des facteurs d'évolution. Par exemple, on peut distinguer dans la rubrique Internationale entre les nouvelles purement étrangères et celles qui impliquent une relation entre la Chine et le reste du monde. Sur la moyenne des trois années étudiées, les deux parts sont dans un rapport de 1 à 4 en faveur des nouvelles purement étrangères. Mais en 2003, il est de presque 1 à 8, tandis qu'en 2007 il s'est réduit de 1 à 6. En 2007, le journal tend donc à regarder davantage le monde à travers la façon dont la Chine s'y intègre.

Les sous-rubriques mettent aussi à jour des thèmes porteurs du journal. Par exemple, celui de la météo qui représente à elle seule 5% des images. Le critère de proximité de l'information conduit à ce que la plupart des événements météorologiques documentés en photos surviennent en Chine. Autre thème important, celui de la conquête spatiale qui représente un total de 4% des images équitablement réparties entre la Chine et l'étranger, en l'occurrence les seuls États-Unis. En revanche, en matière de sciences autres que spatiales (2% des images), l'étranger l'emporte nettement sur la Chine.

Tableau 3 : L'évolution des sous-rubriques des photos



B. Les figures de l'actualité en images : la hiérarchie cachée

Tandis que les rubriques présentent au lecteur une hiérarchie explicite de l'actualité, le journal organise aussi les informations selon des critères qui restent masqués au lecteur. Ceux-ci prennent la forme de figures de l'actualité que l'observation au long cours permet de mettre à jour.

La notion de figures de l'actualité est inspirée des travaux de Eliséo Véron. Observant la construction d'une émission scientifique, le sémiologue constate que le journaliste « *manipule un certain nombre de recettes, de préceptes, de règles de savoir-faire, qu'il applique en continu, délibérément, instinctivement ou inconsciemment, le résultat à l'écran étant pour partie une matérialisation – une réalisation – des dites règles et recettes.* »¹ Tous ces éléments correspondent à des choix qu'opère le journaliste. Ils donnent du sens à l'émission, mais restent cachés au public. Eliséo Véron qualifie l'ensemble de ces éléments de "figure", des « *principes encadrant la production du sens* ». Ce même concept de figure peut-être appliqué à l'analyse de la photographie dans le *Dongfang*. Il devient alors le concept de figure de l'actualité en images : des thèmes majeurs autour desquels s'organise le compte-rendu de l'actualité photographique. L'étude des photos publiées en page de couverture du *Dongfang* en met à jour un certain nombre. Les figures de l'actualité en images restent cachées au lecteur puisque le journal n'imprime pas leurs noms sur les pages. Pourtant, elles structurent bien le sens que le *Dongfang* donne à l'actualité. Difficiles à repérer sur une seule édition du journal, elles apparaissent distinctement grâce à l'observation à long terme.

Sept figures ont été identifiées : la Chine harmonieuse, des Drames spectaculaires, une Direction éclairée, un Monde violent, une Fascination pour les États-Unis et une Fascination pour Hong Kong, des Héros. Ces figures sont à leur tour découpées en sous-figures.

À la différence des rubriques dont le relevé a été enregistré dans la base de données dès le début du travail car elles étaient connues au préalable, les figures de l'actualité ne sont apparues qu'après la lecture régulière du journal. Ce n'est

¹ Eliséo Véron, *Les spectacles scientifiques télévisés*, Paris, La Documentation française, 1985.

http://sciences-medias.ens-lsh.fr/scs/IMG/pdf/Veron_Fouquier_low.pdf. Consulté le 12 septembre 2007.

donc que dans un second temps qu'elles ont fait l'objet d'un relevé, cette fois manuel.

La Chine harmonieuse regroupe l'ensemble des images qui présentent un pays en croissance et en développement stable, sans soubresauts violents ni de contradictions entre des parties de la société ou bien entre le pouvoir et la société. La figure fait écho au mot d'ordre officiel initié par le président chinois Hu Jintao de construction d'une société harmonieuse. Elle est formée des sous-figures des Loisirs, de la Consommation, de la Société, des Projets-réalisations, de la Croissance économique, de Taiwan.

La figure des Drames spectaculaires englobe les événements violents de l'actualité chinoise, qu'ils soient occasionnés par les hommes (accidents de transport, pollutions, etc.) ou par la nature (tempête, vague de froid, etc.). Elle est formée des sous-figures des Catastrophes naturelles, des Accidents, de la Prévention, de la Météo.

La figure de la Direction éclairée concerne les dirigeants politiques chinois du Parti communiste et de l'État, au plan national et local de Shanghai. Hu Jintao, Wen Jiabao, Xi Jinping, Cheng Liangyu, Han Zheng forment les personnalités de la figure.

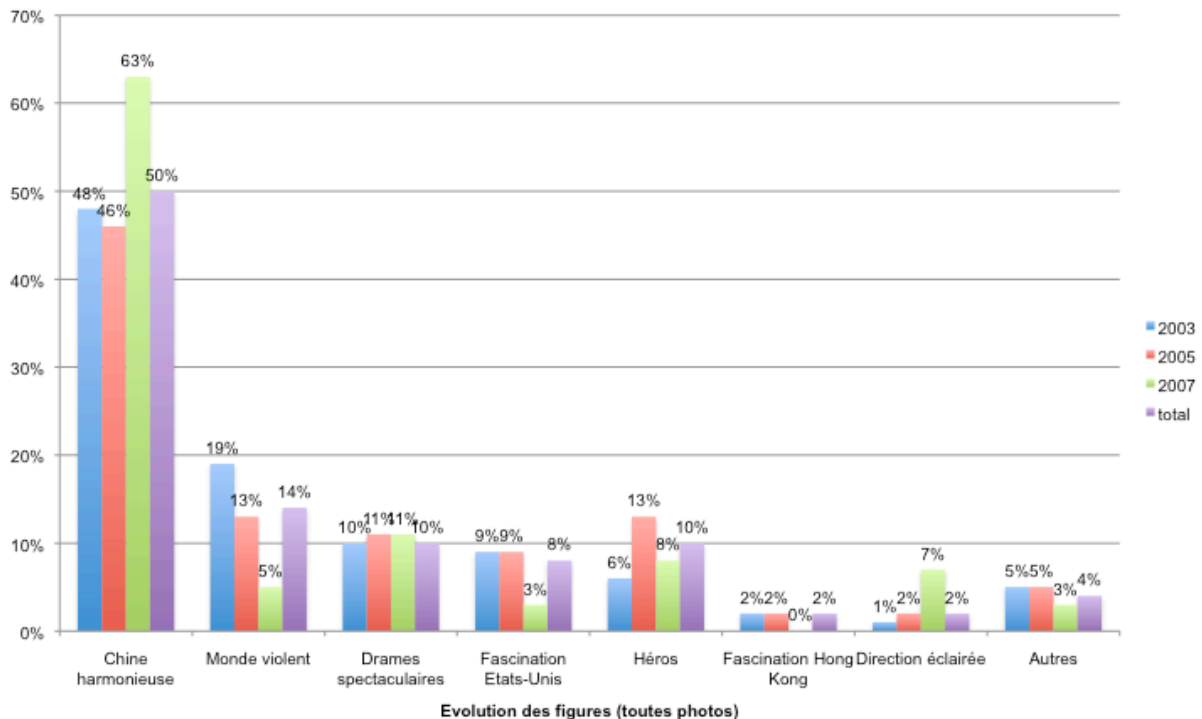
La figure du Monde violent répertorie les événements relatifs à la guerre, aux attentats, et à tout autre actualité dramatique survenus hors de Chine. Elle est découpée en sous-figures des Conflits armés, des Attentats, de l'Histoire, de la Corée du Nord, des Drames spectaculaires et de l'Emergence pacifique de la Chine dans le monde.

La figure de la Fascination pour les Etats-Unis concentre l'ensemble des événements relatifs à l'influence de la première puissance mondiale. Elle est formée des sous-figures des Dirigeants, de l'Armée, des Sciences, des Entreprises, de la Conquête spatiale, de la Météo.

La figure de la Fascination pour Hong Kong résume les événements de la cité du sud de la Chine qui sert de modèle et de rivale à Shanghai.

La figure des Héros renvoie aux modèles que se donne la Chine, qu'ils soient politiques, économiques, ou bien des stars du sport et des spectacles. Elle est formée des sous-figures de Conquérants de l'espace, des Dieux du stade, des Paragons de vertu, des Stars du show business, des Entrepreneurs.

Tableau 4 : L'évolution des figures de l'actualité



Seules 4% de l'ensemble des images publiées par le *Dongfang* échappent aux sept figures de l'actualité recensées. Ce faible chiffre valide la pertinence des figures de l'actualité en images retenues. Ces autres images concernent l'actualité non-violente des autres pays du monde : par exemple l'arrivée au pouvoir de Mme Merckel en Allemagne, les activités du Premier ministre britannique Tony Blair, le dernier vol du Concorde...

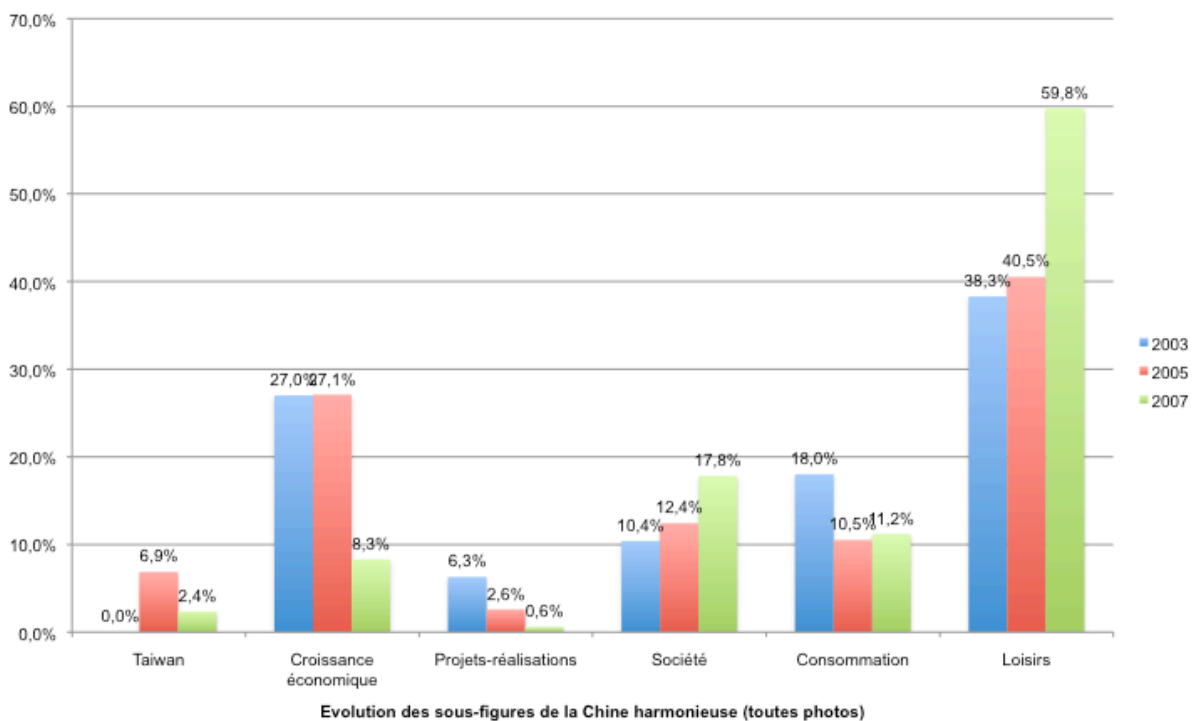
Dans un premier temps, le poids de chaque figure est mesuré et comparé avec celui des autres, sur la moyenne des trois années étudiées et dans leur évolution. Puis il est procédé, au sein de chaque figure, à un examen similaire au niveau des sous-figures.

1) Une Chine harmonieuse

Thème principal du traitement de l'actualité par le *Dongfang*, la figure d'une Chine harmonieuse occupe 50% des images durant l'ensemble de la période étudiée (voir tableau 3). Shanghai et le reste de la Chine se partagent en parts égales ces photos.

La figure augmente de poids au fil des années : alors qu'elle représente 48% et 46% des images en 2003 et 2005, elle en concentre 63% en 2007, signe d'un recentrage du traitement de l'actualité sur la Chine.

Tableau 5 : L'évolution des sous-figures de la Chine harmonieuse



Rapportée à la seule photo principale, le poids de la figure connaît des changements encore plus marqués : il double entre 2003 et 2007 en passant de 29% à 58%. En 2003, la figure dépassait de seulement 3% celle du Monde violent et lui est même inférieure en 2005. Rien, dans l'actualité chinoise, ne

semble pouvoir justifier une telle évolution du poids de la figure dans la photo principale. Elle s'explique par conséquent par un changement de priorité des choix éditoriaux.

En revanche, le poids de la figure dans les autres photos (hors photo principale) est écrasant avec un minimum de 56% en 2003. Là aussi, son poids augmente avec le temps puisqu'il atteint 68% en 2007.

Comparée aux autres photos et aux articles sans photos, la photo principale s'avère peu attractive pour la figure. Sur la totalité des événements qui relèvent de la figure, seuls 10% font l'objet d'une photo principale, quand 44% sont traités avec l'aide des autres photos et 46% par des articles sans photos. En revanche, cette proportion passe de 9% en 2003 à 15% en 2007.

La figure de la Chine harmonieuse est composée de six sous-figures : les Loisirs, la Consommation, la Société, les Projets et réalisations, la Croissance économique, Taiwan.

a) La sous-figure des Loisirs

Les Loisirs constituent la principale sous-figure puisqu'ils concentrent à eux seuls 44% des images de la Chine harmonieuse. Photos principales et autres photos accordent un poids similaire à la sous-figure. Celle-ci indique que le *Dongfang* s'adresse à un public qui dispose de revenus et de temps pour se divertir et consommer. Leur prééminence est renforcée les week-ends, jours pendant lesquels ils occupent souvent l'emplacement de la photo principale. De plus, le poids de la sous-figure passe de 38% en 2003 à 60% en 2007, indiquant que le journal effectue un tournant vers le divertissement au détriment des nouvelles plus sérieuses.

Les images de Loisirs se sous-divisent entre la culture (53%) et le sport (47%).

La culture se partage entre l'actualité cinématographique et la musique.

L'augmentation du poids des loisirs entre 2003 et 2007 n'est pas due à la photo

principale, mais aux autres photos qui doublent presque la part accordée à la sous-figure jusqu'à atteindre 71% de la figure en 2007.

Cependant, même si les loisirs pèsent lourds dans l'ensemble de la figure de la Chine harmonieuse, ils occupent rarement l'espace de la photo principale. Le journal tend à réserver cet emplacement pour les événements à valeur informative plus grande.

b) La sous-figure de la Croissance économique

Sur la moyenne des trois années étudiées, la Croissance économique est le sujet de 22 % des images de la figure de la Chine harmonieuse. Mais l'évolution du journal lui fait perdre les deux tiers de son poids entre 2003 et 2007, la faisant fondre de 27% à 8%. La chute s'effectue parmi les autres photos qui ne consacrent plus que 3% à la sous-figure en 2007 contre 30% en 2003. Cette forte évolution correspond au changement éditorial qu'effectue le journal qui d'une publication consacrée aux informations économiques et générales devient avant tout un support de nouvelles générales et locales. Mais elle n'empêche pas la sous-figure de rester la plus importante en proportion parmi les articles sans photo.

La sous-figure présente dans 53% des cas des images des entreprises vues à travers leurs dirigeants ou leurs bâtiments, rarement à travers leurs produits. Encore moins souvent voit-on l'intérieur des usines ou des ouvriers au travail. En fait, le journal ne montre pas la Chine « atelier du monde », mais ses résultats en termes de croissance. Ainsi, les bilans annuels ou semestriels, les projets de développement ou les changements de dirigeants constituent l'actualité des entreprises. La bourse et les banques occupent 31% des photos. La bourse, surtout celle de Shanghai, retient l'attention du *Dongfang* parce qu'un grand nombre de ses lecteurs ont placé des économies en actions. L'immobilier, autre grand sujet de préoccupation des Shanghaiens, représente 14% des photos de la catégorie.

2% des photos de la sous-figure sont consacrés au quartier de Pudong, la zone économique spéciale de Shanghai qui fait face au Bund et qui symbolise la croissance contemporaine de la Chine. Elles forment l'icône même du miracle économique chinois. Panoramiques, prises depuis le Bund, elles paraissent lors de dates anniversaires ou lors de grands événements dont Shanghai est l'hôte. Composées du Huangpu au premier plan et des gratte-ciels de Pudong en arrière-plan, elles transmettent un message simple : Shanghai, la cité gagnante en Chine.

Parmi l'ensemble des sous-figures de la Chine harmonieuse, celle de la croissance est celle qui est à droit le moins souvent à la photo principale, en raison de la difficulté à l'illustrer en belles images.

c) La sous-figure de la Société

Avec 13% des images sur les trois années étudiées, la sous-figure de la Société occupe une place moyenne, mais en croissance : elle passe 10% de la figure de la Chine harmonieuse en 2003 et 2005 et 18% en 2007.

La santé (34%), l'éducation (24%) et l'urbanisme (21%) constituent ses principaux thèmes. Vaccins défectueux, épidémies de grippe aviaire forment le cœur de l'actualité de la santé avec 31% des images. En 2005, la grippe aviaire fait une apparition en couverture du *Dongfang* le 29 septembre. Puis, elle disparaît de la Une pendant près de trois semaines, période qui correspond à la réunion du 5^e Plénum du 16^e congrès du Parti communiste et au deuxième vol habité chinois dans l'espace. Passés ces grandes messes politiques auxquels elle ne devait pas faire ombre, la grippe aviaire revient en Une le 20 octobre et y reste jusqu'à la fin du mois ². S'ils reconnaissent l'existence de l'épidémie en Chine, les articles rassurent sur la situation et soulignent que d'autres pays sont aussi touchés.

² La Chine reconnaît en novembre le décès d'une femme.

Les images consacrées à l'éducation traitent des examens d'entrée à l'université ou dans des écoles. Quant à l'urbanisme, il présente de grands projets de construction ou d'aménagement.

Le poids de la sous-figure parmi les photos principales est deux fois plus important que parmi les autres photos, ce qui indique que ces sujets font l'objet d'une valorisation iconographique par le journal. Les sujets de société ont rarement droit à une photo : dans 63% des cas, ils sont traités par des articles sans photo. Cette situation est apparemment paradoxale puisque on pourrait s'attendre à ce que ce type d'informations, beaucoup traités dans les pages de la rubrique Métropole, s'illustre aisément.

d) La sous-figure de la Consommation

Comme la sous-figure de la Société, celle de la Consommation compte pour 13% des images de la figure sur les trois années étudiées. En revanche, son poids diminue de 18% en 2003 à 11% en 2007 alors que celle de la Société augmente dans les mêmes proportions.

Deux produits phares monopolisent l'attention : les transports et le tourisme avec 40% et 34% des images. Suivent les aliments (12%), les produits défectueux (8%), l'inflation (6%).

L'achat de plaques d'immatriculation par voie d'enchères publique représente la très grande majorité des images pour les transports. L'automobile passionne les Chinois pour qui la possession d'un véhicule permet d'afficher la réussite économique et sociale. Le thème est particulièrement adapté aux lecteurs du *Dongfang* : leurs revenus supérieures à la moyenne en font les principaux acheteurs de voitures. Toutefois, 2007 voit la quasi disparition du thème des voitures au moment où le gouvernement de Shanghai commence à limiter l'augmentation du nombre des véhicules en raison des embouteillages et de la pollution qu'ils génèrent. D'ailleurs, la seule fois où la voiture fait la Une du

Dongfang, c'est à l'occasion de la première journée sans voiture, le 22 septembre 2007.

Le tourisme baisse d'importance en passant de 50% en 2003 à 21% en 2007. Là encore, le journal suit de près l'actualité de ces produits en raison de l'intérêt que leur portent ses lecteurs. Bénéficiant de revenus supérieurs à la moyenne, c'est parmi eux que se recrutent les voyageurs qui peuvent profiter de la signature d'accords de tourisme entre la Chine et les pays développés entre 2003 et 2005. Par ailleurs, sans surprises, Les images de tourisme sont les plus fréquentes lors des semaines de vacances « en Or » du 1er mai et du 1er octobre. Les images d'aliments montre ces produits sur des marchés toujours bien achalandés ou bien présentent de nouveaux objets de consommation mis au point par des entreprises. Lorsque sont évoqués des affaires de produits défectueux, il s'agit systématiquement de marques d'origine étrangère. Sur la moyenne des trois années, il n'existe pas de différence marquée entre le poids de sous-figure parmi les photos principales et les autres photos. Toutefois, la sous-figure est soumise à de fortes fluctuations : son poids parmi les photos principales chute de 23% en 2003 à seulement 4% en 2005 avant de remonter à 13% en 2007. Ces fluctuations peuvent être lues comme la marque des difficultés du journal à définir ses priorités éditoriales. Des hésitations transparaissent aussi dans le choix des modes de traitement des sujets. Quand 39% de ses sujets sont traités dans des articles sans photos en 2003, ils sont 32% en 2005 et 75% en 2007.

e) La sous-figure des Projets et réalisations

Modeste en poids parmi les sous-figures avec seulement 3% de toutes les photos en moyenne sur les trois années étudiées, les sujets relatifs à des Projets-réalisations n'en sont moins importants car ils structurent l'environnement de vie des lecteurs et se veulent les témoins des progrès du pays. La publication de photos sur ces sujets est très tributaire des annonces officielles. Elle dépend

aussi de l'importance éditoriale que le journal accorde à ces nouvelles. Ainsi, alors que rien ne permet de soutenir que le nombre d'événements relatifs à des projets-réalisations à Shanghai et en Chine diminue entre 2003 et 2007, la sous-figure passe de 6% à seulement 1%. Elle paye ainsi l'évolution de l'offre éditoriale du journal qui tend à se détourner de sujets sérieux mais faiblement attractif, comme l'inauguration d'une installation portuaire, vers des nouvelles de loisirs.

f) La sous-figure de Taiwan

L'harmonie de la croissance chinoise est d'autant plus grande qu'elle se conjugue avec la réunification nationale. À voir les photos relatives à Taïwan, l'île n'est pas séparée du continent au plan politique. Événements climatiques, intellectuels ou dirigeants du Parti nationaliste en visite sur le continent sont abordés comme si Taïwan était une province contrôlée par Pékin. La proximité géographique avec Shanghai, l'importance de la communauté et des capitaux taïwanais dans le delta du Yangzi expliquent une part de l'intérêt du journal pour Taïwan. Cependant, l'impression que Taïwan fait partie de la Chine fait fi de la réalité politique. Ainsi, pas une seule photo ne présente les dirigeants indépendantistes, notamment Chen Shui-bian (président démocratiquement élu de la République de Chine de 2000 à 2008). En revanche, les images des dirigeants favorables à un rapprochement avec le continent, notamment Lian Chan et Ma Ying-jeou, du Parti nationaliste, ont droit de cité.

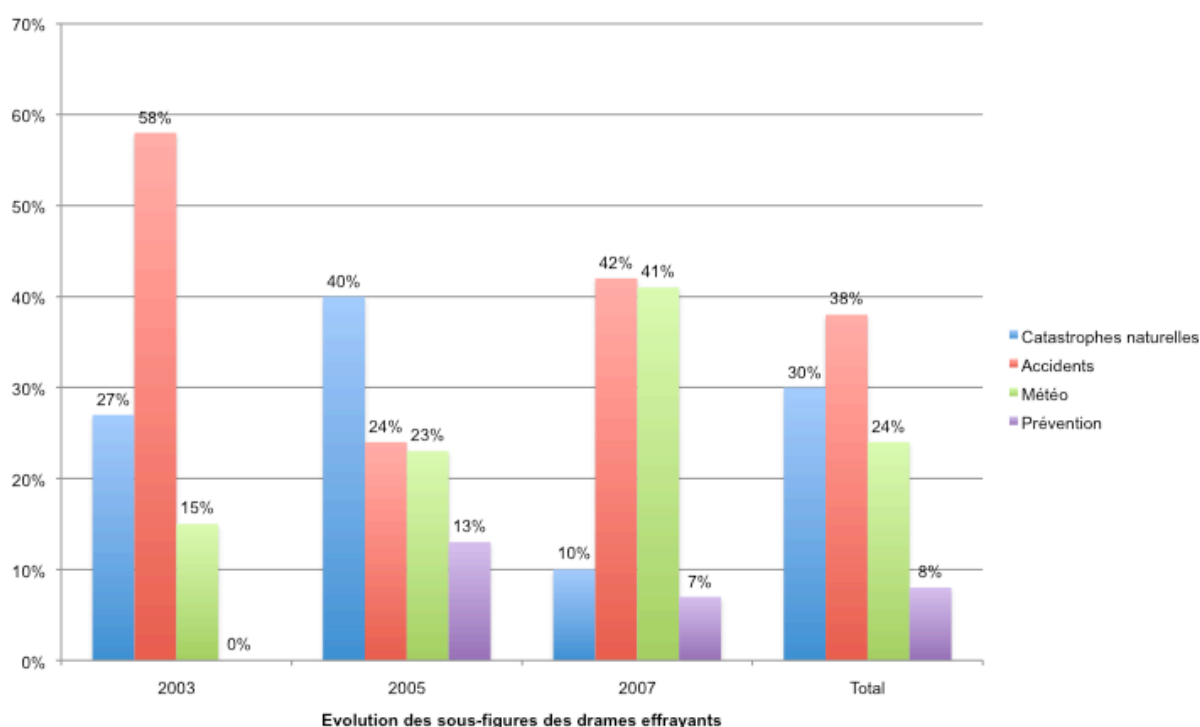
La sous-figure de Taiwan pèse pour 4% des images de la figure de la Chine harmonieuse sur la moyenne des trois années étudiées. Son poids est plus important parmi les photos principales que parmi les autres photos ce qui souligne l'importance que le journal accorde à l'île. Mais surtout, elle est l'objet d'un investissement particulier à partir de 2005. En effet, en 2003 le journal ne publie aucune photo relative à Taïwan. Mais il y consacre 7% de ses images en

2005. De surcroît, cette même année, Taiwan occupe 18% des photos principales de la figure. En 2007, le poids de la sous-figure rechute à 2%. L'acmé de 2005 s'explique par le rapprochement qu'opèrent Pékin et le parti nationaliste alors que ce dernier se prépare à remporter la victoire face aux indépendantistes dans les élections régionales de 2006. Cette toile de fond favorable à Pékin se traduit par de fréquentes évocations des dirigeants du parti nationaliste.

2) Des Drames effrayants

L'affirmation d'une Chine harmonieuse n'est pas contradictoire avec le constat de nombreux accidents et catastrophes. Ces Drames effrayants occupent 10% des images sur les trois années étudiées, une proportion qui reste stable. Il s'agit d'événements survenus en Chine ; les accidents et catastrophes à l'étranger sont abordés dans la figure d'un Monde violent.

Tableau 6 : les sous-figures des Drames effrayants



Les accidents représentent la plus grande des sous-figures des Drames effrayants, avec 38% des photos sur la moyenne des trois années étudiées. Viennent ensuite les sous-figures des catastrophes naturelles (30%), de la météo (24%) et de la prévention (8%).

Le caractère photogénique de la figure transparaît dans le fait qu'elle représente 18% des photos principales, mais seulement 8% des autres photos et à peine 3% des articles sans photos. 29% de tous les sujets de drames ont droit à la photo principale, soit le taux le plus élevé parmi toutes les figures. Cependant, l'utilisation de la figure par le journal évolue grandement. En 2003, seule 24% des sujets de la figure ont droit à la photo principale contre 31% en 2005 et 36% en 2007. Cette évolution confirme la volonté du journal de valoriser de plus en plus les événements spectaculaires afin d'attirer davantage de lecteurs. Par ailleurs, c'est la figure des Drames effrayants qui donne le plus souvent lieu à des variations dans la mise en page par le jeu sur les emplacements, la taille, le nombre de photos rapportées à un sujet.

a) La manne des accidents et catastrophes

La publication en grande proportion de photos d'actualité dramatiques est une des caractéristiques de la presse commercialisée chinoise. Ces photos flattent la curiosité du public pour des événements hors normes. Susan Sontag relève à ce propos qu'« Il semblerait que l'appétit pour les images qui montrent des corps souffrants soit aussi vif, ou presque, que le désir d'images donnant à voir des corps nus. »³ Ruptures brutales et physiques dans l'ordre courant des choses, les événements dramatiques se prêtent à l'image. Le caractère indiciel, sa valeur de preuve, confère à la photo le pouvoir de transmettre une parcelle de la réalité physique de l'événement et de susciter l'émotion du spectateur. Dans tous les pays, ces raisons contribuent à la force des images de drames. En Chine, leur attrait est de plus accentué par la relative nouveauté du genre.

³ Susan Sontag, *Devant la douleur des autres*, 2003, p. 49.

Avant l'apparition des journaux commercialisés, au milieu des années quatre-vingt-dix, accidents et catastrophes étaient passés sous silence ou bien le public n'en apprenait l'existence que bien longtemps après leur survenue. Les journaux commercialisés ont fait de la publication de photos d'accidents et de catastrophes un de leur fond de commerce et ces dernières constituent une des raisons de leur succès commercial. Elles leur permettent de se démarquer des publications officielles et de publier des photos spectaculaires qui plaisent au public.

Genre éditorial nouveau en Chine, il n'est cependant pas sans risque. Pendant longtemps, les informations sur les accidents humains ou naturels sont restées du domaine des secrets d'État. Ce n'est qu'en septembre 2005 que le pouvoir chinois autorise officiellement la presse à rendre compte du nombre de morts dans les catastrophes naturelles. Jusque-là ces informations sur ces événements relevaient d'une zone grise : interdite en théorie, mais tolérée en pratique par les autorités de Pékin tant que les journaux se contentent de mettre en lumière des responsabilités des seuls cadres locaux. Le genre constitue ainsi une forme de supervision des autorités locales par les médias pour le compte du pouvoir central et des lecteurs.

La sensibilité du pouvoir au sujet des accidents explique aussi la propension des journaux commercialisés à rendre compte d'événements dramatiques survenant ailleurs que dans les municipalités où ils sont édités. En effet, un Département de la propagande d'une province ou d'une municipalité ne peut en théorie pas transmettre de directives directement aux journaux qui dépendent d'une autre province ou d'une autre municipalité. Sa directive doit d'abord passer par le Département central de propagande, à Pékin. Cette procédure prend du temps. Les *dushibao* mettent ce délai à profit pour publier une information sur un accident ou bien sur une catastrophe avant que la directive du Département central de la propagande lui parvienne et intime l'ordre de ne pas rendre compte de l'événement ou bien de ne publier que les dépêches et les photos de l'agence

Chine nouvelle. « *Lorsque survient un accident, les journaux du type dushibao se lancent dans une course contre la montre : ils essayent de diffuser l'information avant que le département de la propagande émette une directive qui leur interdise d'en parler. En raison de la soumission des journaux aux autorités, ils s'inclinent en général devant une interdiction du département de propagande si celui-ci leur transmet une directive avant qu'ils n'aient eu le temps de publier l'information. En revanche, tant qu'ils n'ont pas reçu de directive, ils s'estiment libres de publier l'information* », explique un spécialiste des médias chinois souhaitant garder l'anonymat. Par ailleurs, les journaux comptent sur leur nombre : plus ils sont nombreux à parler de l'accident avant que le Département de la propagande leur interdise d'en parler, plus il sera difficile à ce dernier de les sanctionner. De leur côté, les Départements de la propagande locaux contournent la règle en communiquant entre eux de façon informelle (coup de fil, visite) afin de gagner du temps et sans devoir passer par Pékin.

Parmi les accidents, ceux impliquant des avions sont les plus fréquents, puis viennent ceux de la route. En revanche, les accidents industriels et les pollutions dus aux activités humaines sont rarement évoqués. À la différence des catastrophes naturelles, ces derniers impliquent une responsabilité administrative et politique. L'information à leur sujet est par conséquent davantage contrôlée par le Département de la propagande. En 2003, le *Dongfang* rend compte d'une pollution au pétrole sur le fleuve Yangzi qui borde Shanghai et pointe les responsabilités de cadres locaux dans l'effondrement d'un immeuble en raison des travaux de la ligne 4 du métro. Mais ces initiatives éditoriales disparaissent après le retrait du groupe Nanfang.

Toutes ces photos ne comportent jamais de cadavres bien que les titres précisent le nombre de victimes. Ce tabou renvoie à la Charte interne du journal qui interdit la publication de telles images.

Dans le temps, on assiste à une baisse progressive des sous-figures des accidents et des catastrophes au bénéfice de celles de la météo et de la prévention. Cette évolution ne peut pas s'expliquer par une baisse du nombre d'événements dramatiques en Chine. De plus, ces derniers sont même de plus en plus connus en raison de la transparence accrue de Chine nouvelle en la matière. Elle renvoie donc plutôt à une tendance du *Dongfang* à "sécuriser" l'information sur les événements dramatiques chinois. C'est ainsi que la prévention joue un rôle croissant dans l'iconographie.

b) Météo et prévention à la hausse

Inexistante en 2003, la sous-figure de la prévention représente soudain 13% des photos de la figure des drames spectaculaires en 2005 avant de faiblir à 7% en 2007. Ce thème participe d'une mise en scène de l'action des autorités et contribue à sa façon à la propension du *Dongfang* à devenir plus officiel à partir de 2005. Désormais, les accidents et catastrophes continuent d'arriver, mais les autorités les anticipent et en soignent mieux les conséquences. En définitive, outre son côté informatif, spectaculaire et vendeur, la figure des drames spectaculaires sert un pouvoir qui tire une part de sa légitimité de la maîtrise des forces de la nature et de sa capacité à venir en aide aux démunis. Les photos de prévention présentent aussi l'avantage de pouvoir se planifier à l'avance. Ils correspondent à une communication des autorités qui font appel aux médias dans le but de rassurer le public le public.

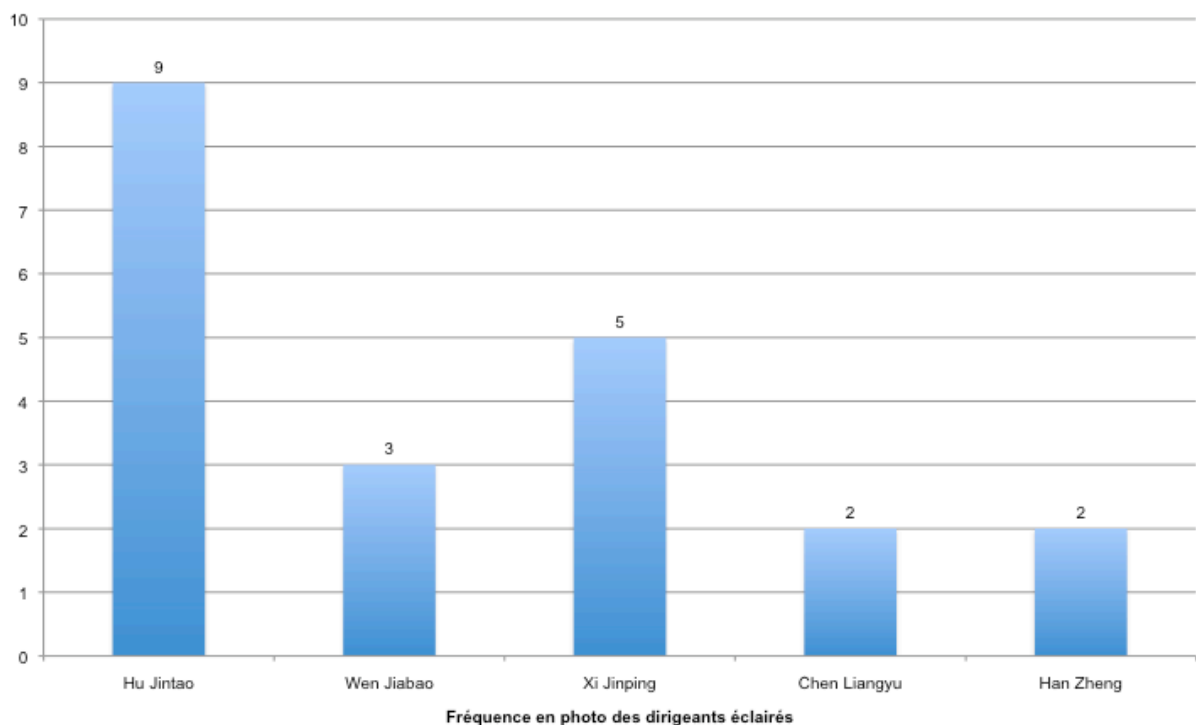
3) Une Direction éclairée

À l'harmonieuse croissance chinoise, le *Dongfang* donne une explication en consacrant 2% de ses photos à une Direction éclairée et unie autour du président et secrétaire général du Parti communiste Hu Jintao. Ce dernier et ses collègues commandent au développement chinois lors de réunions, de rencontres avec des hôtes étrangers, de visites sur le terrain. La Direction est éclairée car elle est

mise en scène de sorte qu'elle semble parfaitement maîtresse de l'évolution de la Chine, faisant appel à la science et étant incorruptible. Elle est également unie, car aucune photo n'évoque de désaccords entre les dirigeants.

Même si le poids relatif de la figure reste modeste comparée aux autres, il augmente beaucoup entre 2003 et 2007. En fait, l'augmentation intervient surtout entre 2005 et 2007, quand son poids passe de 2% des photos à 7%.

Tableau 7 : Fréquence des photos des dirigeants éclairés (cumul)



Les photos des dirigeants chinois respectent des règles édictées par le Département de la propagande : situé au centre de l'image, le grand leader sourit face à l'objectif ou à son hôte. Elles sont posées, réalisées à des moments et sous des angles choisis par les services de communication. Les conditions de leur mise en page sont également contrôlées : elles occupent presque toujours la place de la photo principale et ne peuvent être publiées en bas de page. Il n'est donc pas surprenant que l'augmentation du poids de la figure entre 2005 et 2007

soit due à la croissance du nombre de ses photos principales alors que parmi les autres photos elle reste quasi stable.

Sans surprise, c'est le président chinois Hu Jintao qui est le plus souvent représenté. Il est présent dans près de la moitié des photos principales de la figure. Sa place augmente en même temps qu'il renforce son pouvoir effectif à la tête du Parti communiste et de l'État.

Le traitement iconographique des dirigeants chinois illustre de façon exemplaire les limites à la liberté d'information et les contradictions des journalistes chinois. Ces derniers aiment prendre comme exemple les photos de dirigeants pour expliquer la différence entre leur journal et une publication du Parti communiste comme le *Jiefang Ribao*. « *Nous ne voulons pas faire paraître ce genre de photos* », disent-ils souvent en pointant du doigt une page de couverture du *Jiefang*.

En fait, le *Dongfang* ne peut pas produire lui-même des photos des dirigeants nationaux chinois, car le protocole des médias chinois l'interdit à ses photographes. Journal de province, le *Dongfang* n'a simplement pas le droit d'approcher des dirigeants nationaux. Seuls les photographes des médias centraux (Chine nouvelle, *Quotidien du Peuple* et quelques autres médias de même rang) peuvent faire des photos des dirigeants nationaux. Y compris quand un dirigeant national visite Shanghai. Le *Dongfang* est donc obligé de reproduire les photos de Chine nouvelle. Cette obligation s'applique dans deux cas : quand l'actualité justifie au sens informatif la publication d'une photo d'un dirigeant national chinois et lorsque le Département de la propagande donne l'ordre de valoriser l'action d'un dirigeant national.

Cette situation explique la relative rareté des photos de dirigeants chinois. Ne pouvant lui-même réaliser de bonnes photos, confronté au besoin de séduire ses lecteurs, le journal évite autant que possible de publier des photos de dirigeants nationaux produites par Chine nouvelle. Il préfère évoquer leurs activités dans des articles sans photos. Ainsi, 87% des articles consacrés par le journal aux

dirigeants chinois ne comportent pas d'illustrations, soit le taux le plus faible de photogénie de toutes les figures de l'actualité.

En revanche, le *Dongfang* est en droit de réaliser les photos des dirigeants de Shanghai. En 2003, Chen Liangyu, le chef du Parti communiste de Shanghai, fait ainsi jeu égal avec Hu Jintao avant de disparaître en raison de son implication dans une affaire de corruption. Il est alors remplacé par Han Zheng, le maire de Shanghai, puis par Xi Jinping, le successeur désigné de Chen Liangyu.

Xi Jinping a droit à une étonnante campagne de promotion en 2007. Il fait certes une première apparition dans le journal, le 13 juillet 2003, lors de l'inauguration d'un pont entre Shanghai et la province du Zhejiang dont il dirige le Parti communiste. Mais cette photo est sans suite immédiate. Celui que d'aucun voit succéder à Hu Jintao prend une énorme importance dans le *Dongfang* du moment où il est nommé successeur de Chen Liangyu à la tête du Parti communiste de Shanghai, en mars 2007. De juin à octobre 2007, il est représenté à quatre fois sur la photo principale et son nom figure 26 fois dans les titres des articles sans photos. Puisqu'il s'agit d'un dirigeant de Shanghai, les photos sont réalisées par les photographes du *Dongfang*. Dans ce qui s'apparente à un programme d'action du nouveau dirigeant de Shanghai, Xi Jinping balaye tous les sujets qui lui tiennent à cœur : le bien-être du peuple, le contrôle de la pollution, l'industrie des logiciels, etc. Stéréotypés, les titres sont rédigés sur le mode impératif : veiller à, donner la priorité à, etc. Par exemple, le 18 septembre 2007 : « *Xi Jinping : promouvoir le développement des industries pétrochimiques* ».

Signe que la campagne de promotion de Xi Jinping est commanditée par le Département de la propagande, aucun parmi les dizaines d'articles de présentation de son programme politique n'est illustré par une photographie.

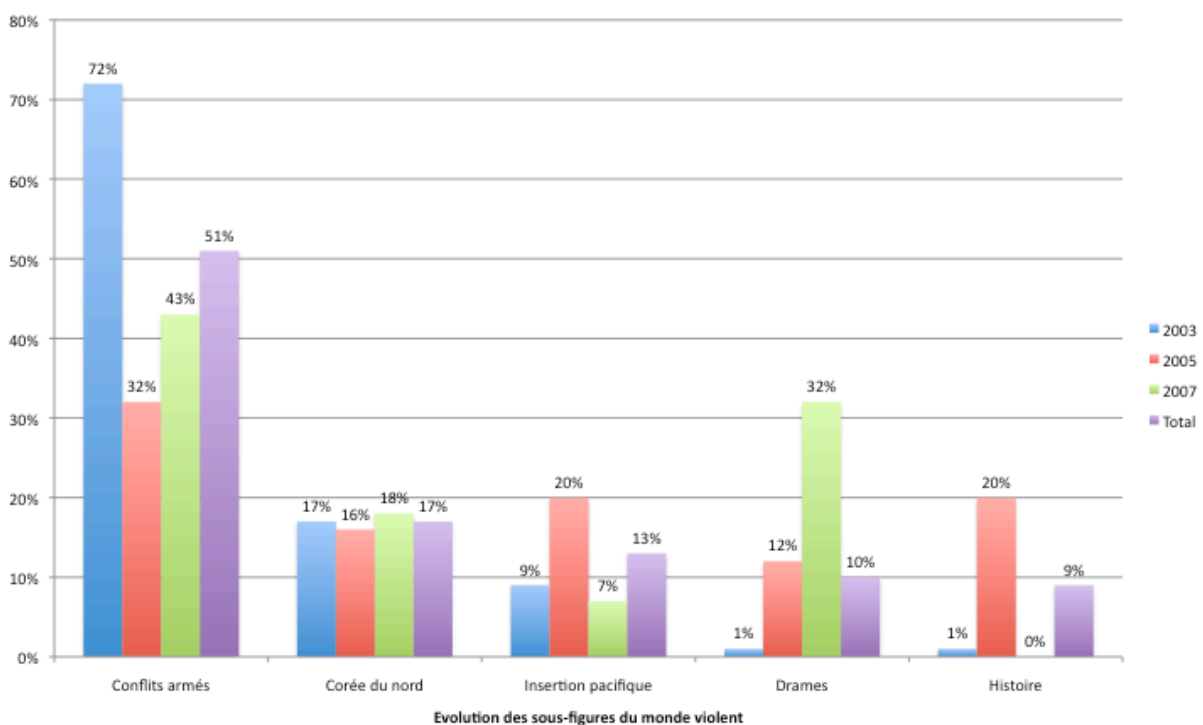
4) Un Monde violent

En total contraste avec la figure de la Chine harmonieuse, le monde extérieur à la Chine paraît avant tout violent sur 14% des images. Mais le poids de cette figure est en chute libre puisqu'elle passe de 19% des photos en 2003 à 13% en 2005 et à seulement 5% en 2007.

a) Du sang à la Une

La sous-figure des conflits armés domine : elle concerne 51% des images. Les conflits du Moyen-Orient offrent le spectacle d'une violence dans laquelle sont souvent impliqués les États-Unis. En 2003, le thème principal est offert par l'invasion de l'Irak par les États-Unis avec 35% des images de la sous-figure, mais dès 2005 le terrorisme occupe le haut du pavé avec 64% des images de la sous-figure. Le solde d'images de la sous-figure est surtout fourni par des événements violents en Russie en raison de la guerre en Tchétchénie.

Tableau 8 : L'évolution des sous-figures du Monde violent



Par exemple, le 4 août 2003, le journal pointe la responsabilité du chef militaire tchéchène Chamil Bassaïev dans l'attentat contre un hôpital militaire russe à Mozdok (Ossétie du sud). Cette attaque fait une cinquantaine de morts. Le journal publie une photo de deux filles pleurant le décès de leur père. Les destructions russes occasionnées en Tchétchénie ne sont pas documentées. La couverture des guerres du Caucase est donc nettement favorable à la Russie, l'allié de Pékin. Elle assimile au terrorisme la résistance tchéchène. Les déclarations officielles sur le principe de la non-ingérence dans les affaires intérieures des autres pays se concrétisent en fait dans le *Dongfang* par un net soutien au Kremlin.

Le thème des attentats trouve souvent place en Une du journal, dans la plupart des cas comme photo principale. Justifiable au plan éditorial, cette valorisation du thème des attentats satisfait aussi au discours officiel chinois de condamnation du terrorisme depuis les attentats du 11 septembre 2001 à New York. La condamnation chinoise du terrorisme englobe dans son opprobre les actions violentes menées par des groupes indépendantistes au Xinjiang accusés parfois de bénéficier du soutien d'Al Qaida. En assimilant les problèmes du Xinjiang au terrorisme international, la Chine enlève toute légitimité aux critiques sur sa gestion du territoire et dilue ses propres responsabilités.

b) Exercice d'équilibre en Corée du Nord

Autre point dangereux du globe, à proximité de la Chine : la Corée du Nord et ses projets nucléaires. Ce sujet est illustré par 17% des images de la figure, une proportion stable entre 2003 et 2007. La sous-figure donne lieu à un exercice d'équilibre entre la Chine et les États-Unis : la première joue le rôle d'hôte et d'intermédiaire dans le cadre des négociations sur la dénucléarisation du pays ; les seconds sont présentés sous un jour favorable dans ce dossier car ils n'envisagent pas de recourir à la force. Le négociateur principal américain, Christopher Hill, a ainsi droit à plusieurs reprises à la photo principale.

La sous-figure rappelle l'amitié entre la Corée du Nord et la Chine à l'occasion de visites de dirigeants des deux pays. Le compte-rendu de la visite de Hu Jintao à Pyongyang, le 28 octobre 2005, donne au journal un air de propagandiste à l'ancienne. Sur la photo principale, le président chinois passe en revue une garde militaire en compagnie du dirigeant nord-coréen Kim Jong-il. Le titre indique de façon dithyrambique que le « *Hu Jintao est descendu 4 fois de voiture pour saluer les Coréens à Pyongyang* ». La nature dictatoriale du régime nord-coréen, sa faillite économique et l'afflux de réfugiés en Chine ne sont jamais évoqués par le journal. De même, le journal n'explique pas que le régime nord-coréen survit grâce à l'aide chinoise. En revanche, l'alliance sino-nord-coréenne n'empêche pas le journal d'adresser des reproches à Pyongyang lorsque l'allié fait preuve d'une trop grande indépendance. C'est le cas le 16 septembre 2005 quand il reproduit une photo satellite de l'armée américaine qui prouverait la remise en activité du réacteur nucléaire de Yongbion.

c) Le rappel opportuniste du passé

En plus des violences contemporaines, celles en rapport avec l'invasion japonaise durant la deuxième guerre mondiale sont fréquemment rappelées. La sous-figure de la condamnation du Japon représente 9% des images de la figure du monde violent. Les visites du Premier ministre japonais au cimetière de Yakusuni, les livres d'histoire japonais, les conflits de souveraineté, etc. font la couverture du journal. Rappels historiques et condamnations contemporaines de Tokyo représentent la majorité des images consacrées au Japon. Ces rappels ont lieu lorsque le Japon prend une initiative qui déplaît à la Chine. C'est le cas en 2005 au moment où Tokyo est candidate pour un siège permanent au Conseil de sécurité des Nations unies. Le rappel des atrocités de la Deuxième guerre mondiale sert alors à condamner la candidature japonaise. La campagne anti-japonaise est à son maximum, le 15 août 2005, lors du 60^e anniversaire de la capitulation japonaise dans la Deuxième guerre mondiale. Pour une fois, le

journal publie une photo d'archives, en l'occurrence celle d'un bébé en pleurs dans une rue de Shanghai bombardée par l'armée japonaise en 1937. En 2005, la condamnation du Japon atteint 20% des photos de la figure du monde violent. Signe que ce pic est conjoncturel et dicté par les nécessités contemporaines de la politique étrangère chinoise, il ne figure presque pas sur la page de couverture en 2003 et pas du tout en 2007.

d) L'émergence pacifique de la Chine

Alors que le monde extérieur est violent, la Chine s'y insère de façon pacifique, laisse entendre le journal dans 13% des images de la figure du Monde violent. Théorisée par le pouvoir chinois, l'idée d'une émergence pacifique de la Chine doit contre balancer la crainte que la puissance retrouvée du pays peut inspirer à l'étranger. Ce n'est pas un hasard si la sous-figure connaît un pic à 20% en 2005 en même temps que le journal est lancé dans une campagne de condamnation du Japon.

La sous-figure est notamment illustrée par des photos de rencontres amicales entre des dirigeants chinois et étrangers. Mais comme le journal répugne à publier des images standard des dirigeants chinois réalisées par l'agence officielle Chine nouvelle, la sous-figure est plus souvent traitée par des articles sans illustrations. Au point que même la participation de Hu Jintao aux sommets du G8 ne fait pas toujours l'objet d'une photo.

La théorie de l'émergence pacifique de la Chine fait évidemment obstacle à toute photo qui rendrait compte des effets négatifs de la montée en puissance chinoise à l'étranger. Le journal ne publie donc aucune photo sur l'exploitation des ressources naturelles, la pollution, le soutien de Pékin à des régimes dictatoriaux comme celui au Soudan.

e) Un monde de catastrophes

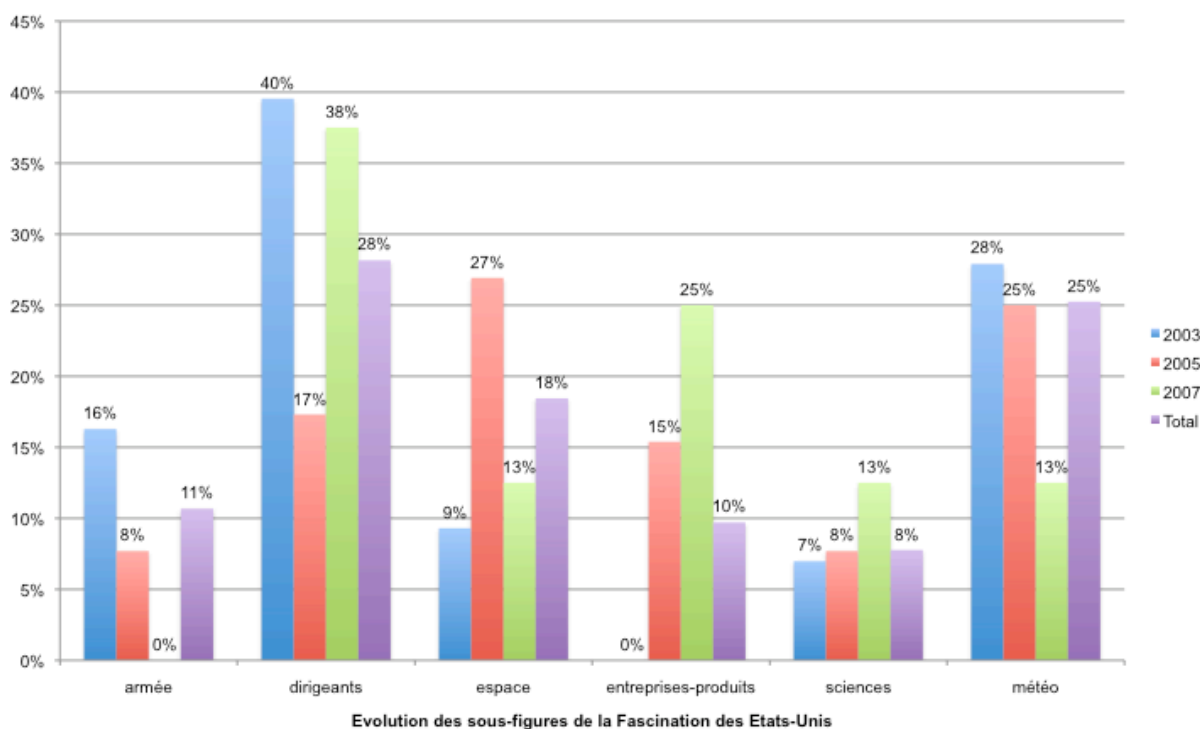
Enfin, comme la Chine, le monde extérieur est frappé par des Drames spectaculaires. Catastrophes naturelles et accidents représentent 10% de la figure du monde violent. Son poids est croissant au fil des années : elle pèse seulement 1% des photos en 2003, mais 12% en 2005 et 32% en 2007. Comme le nombre d'événements correspondant à cette sous-figure n'augmente pas en ces proportions entre 2003 et 2007, c'est donc la visibilité que le journal leur attribue qui augmente dans le but de publier davantage de photos de nature spectaculaire.

Dans le cas de l'actualité internationale, le *Dongfang* ne publie quasiment pas de photos de secours ou bien d'exercices de prévention alors que ce thème représente 30% des photos de la sous-figure des drames spectaculaires dans la figure de la Chine harmonieuse. Cette différence s'explique aisément : nul besoin de louer l'action des pouvoirs publics des pays étrangers.

5) Fascination pour les États-Unis

Nul autre pays que les États-Unis n'a droit à autant de place dans le *Dongfang*. Dirigeants, militaires, scientifiques, etc. : les États-Unis comptent pour 8% du total des images. Le poids objectif des États-Unis dans les affaires du monde et son importance pour l'économie chinoise expliquent bien sur cette présence exceptionnelle. Cependant, le poids de la figure décline avec le temps : elle atteint 10% des photos en 2003 et seulement 3% en 2007. La chute est encore plus marquée si on ne prend en compte que la seule photo principale : en 2003, la figure en représente 16% des images, 12% en 2005 et seulement 3% en 2007. Une partie de cette baisse se justifie par l'évolution de l'actualité. L'invasion de l'Irak par les États-Unis, en 2003, est à l'origine de l'importance exceptionnelle de la figure en 2003. Par la suite, la banalisation de ce conflit entraîne un moindre importance pour cette figure.

Tableau 9 : L'évolution des sous-figures de la Fascination des Etats-Unis



Pourtant la faiblesse de la figure en 2007 surprend. Celle-ci est liée à la méfiance qui s'installe entre les États-Unis et la Chine. Passé le rapprochement consécutif aux attentats contre le World Trade Center, Washington accuse régulièrement Pékin de dumping monétaire et de minimiser ses dépenses militaires. De son côté, la Chine soupçonne les États-Unis de vouloir freiner son développement. Ces considérations font diminuer la fascination du journal envers les États-Unis. Il ne devient pas pour autant un pourfendeur de Washington. Économie, armée, sciences : c'est l'expression de l'avance et de la puissance américaine qui fascine le journal et ces éléments subsistent tout le long de la période. Par ailleurs, le Département de la propagande exige, lors de visites réciproques de dirigeants des deux pays, que le journal gomme les points de friction entre les deux pays. Nul n'oublie que la Chine est devenu le principal détenteur de titres sur la dette publique américaine, tandis que les Etats-Unis sont le principal importateur de produits fabriqués en Chine. Cette situation crée

une interdépendance entre les deux pays qu'aucun d'entre eux n'a intérêt à rompre.

La couverture iconographique accordée par le *Dongfang* aux Etats-Unis dégage une impression de schizophrénie : d'une part, elle montre la puissance américaine dans ses aspects militaire, économique et scientifique ; d'autre part, elle passe sous silence l'aspect politique de sa grandeur dans le rôle qu'y joue la démocratie.

a) De fascinantes personnalités

La puissance américaine est personnifiée par ses dirigeants. Ces derniers sont le sujet de 23% des images de la figure. Le plus souvent il s'agit du président Georges Bush. Ce dernier est très présent en 2003, en raison de la guerre en Irak, période durant laquelle il a droit à la photo principale à deux reprises. Mais il n'a plus du tout droit à l'image en 2005 dans ce qui s'apparente à une disgrâce.

Celle-ci explique la baisse de la proportion de photos de dirigeants américains au sein de la figure de 37% à 13% entre 2003 et 2007.

Le président Georges Bush est toutefois loin d'être le seul dirigeant américain présenté en photo. Ce fait en soi distingue la représentation que donne le *Dongfang* des États-Unis de tous les autres pays. De ces derniers, le journal ne donne en général à voir qu'un seul dirigeant. Par exemple sont représentés Alan Greenspan, l'ancien président de la Réserve fédérale et Donald Rumsfeld, le secrétaire à la Défense, y compris sur la photo principale. Celle-ci s'ouvre aussi à Arnold Schwarzenegger lors de son élection comme gouverneur de la Californie en juillet 2007. Cette liste de dirigeants américains résume une bonne partie des thèmes qui fascinent le *Dongfang* chez les États-Unis : l'économie et la finance, la puissance militaire, le cinéma.

b) L'avant-garde scientifique

Deuxième sous-figure, la conquête spatiale représente 21% des photos de la figure. Chaque tir de navette spatiale américaine a droit à la photo principale. L'intérêt du journal pour ces sujets est constant, mais dépend beaucoup de l'actualité spatiale américaine. L'absence de régularité dans les tirs de navette spatiale contribue ainsi à la grande variation de la proportion de la sous-figure. Celle-ci fluctue dans une fourchette de 9% à 25% selon les années. Cette sous-figure dispose d'un point commun avec les photos de la figure des drames spectaculaires : comme cette dernière, elle donne lieu à des mises en page plus imaginatives. Par exemple, le 27 juillet 2005, le tir de la navette Discovery est illustré par une photo qui coure à gauche sur toute la hauteur de la page de couverture. C'est l'unique mise en page de ce type sur les trois années étudiées. À la sous-figure de la conquête spatiale américaine peut-être raccrochée celle de la science. Cette dernière compte pour 9% de la figure de la fascination des États-Unis. Le journal publie les portraits de tous les scientifiques qui obtiennent le prix Nobel, or la plupart d'entre eux sont Américains. Les images de la conquête spatiale et de la science américaine présentent au lecteur de Shanghai l'avance scientifique des États-Unis et l'importance de la science et de la technologie dans la puissance des Nations. Elles leur rappellent le retard chinois en la matière et fonctionnent donc comme une justification de l'effort de rattrapage initié par le régime, notamment dans le domaine spatial.

c) Pays de malheurs

Arrive ensuite la sous-figure des événements météorologiques dramatiques qui frappent les États-Unis. Cette sous-figure présente plusieurs avantages pour le *Dongfang*. Elle concerne des événements réguliers dans le temps grâce au cycle des cyclones, notamment Katrina qui a frappé La Nouvelle-Orléans en août 2005. Survenant aux États-Unis, ces événements sont très largement couverts par la presse et les images de qualité en sont transmises très rapidement dans le

monde. Nombre d'événements météorologiques dramatiques survenant dans d'autres pays du monde ne bénéficient pas de la même couverture médiatique ni de la même visibilité. Ces événements servent de la sorte le journal dans sa politique de publication de photos spectaculaires pour attirer les lecteurs, tendance déjà aperçue dans le cas des drames qui frappent la Chine. Enfin, les drames américains ont l'avantage de souligner que même la première puissance mondiale a du mal à faire face à des événements naturels aussi importants.

d) Microsoft et les autres

L'économie américaine occupe 17% des photos. Elle augmente beaucoup dans le temps, passant d'à peine 2% des photos de la figure en 2003 à 50% en 2007. Cette tendance est inverse de celle de la place accordée aux dirigeants et à l'armée américaine. Elle sonne comme la volonté de transférer la fascination des États-Unis des domaines les plus conflictuels à ceux plus consensuels des avantages mutuels à commercer.

Produits et entreprises phares des États-Unis, personnalités célèbres comme Bill Gates, l'économie américaine est montrée quelquefois dans ses activités sur son propre territoire, mais surtout dans sa relation avec la Chine. Les investissements des constructeurs automobiles Ford et General Motors sont observés, de même que ceux des entreprises de la nouvelle économie Yahoo et Google. La catégorie des produits américains vaut aussi à l'analgésique Vioxx de la compagnie pharmaceutique Merck l'un des rares exemples de couverture critique. Ce médicament retiré du marché dès 2004 se voit accuser d'augmenter le risque de crise cardiaque chez les patients.

e) L'attrait des armes

Les militaires américains en activité dans des conflits représentent 16% des photos consacrées aux États-Unis en 2003. Mais ils n'apparaissent plus du tout en 2007 où ils sont remplacés par les produits et les entreprises américaines.

La forte présence des militaires américains en 2003 est due à la guerre en Irak commencée en mars. Le journal montre les soldats américains à la recherche de Saddam Hussein et des preuves de l'existence d'armes de destruction massive. La couverture est factuelle et sobre : les photos ne mettent pas en exergue la supériorité militaire américaine, ni ne présentent les soldats sous un regard critique. Ces derniers ne sont pas montrés lors de manœuvres, mais durant des actions réelles. Ce fait leur confère un réalisme que les photos de militaires chinois ne possèdent pas. Pour autant, elles sont aussi des mises en scène puisque les scènes de combat ne sont pas montrées. Elles sont toutes produites par des agences de presse étrangère, comme l'atteste l'absence de crédit photo.

6) La fascination pour Hong Kong

Figure marginale en volume, la fascination pour Hong Kong n'occupe qu'un peu plus de 2% de toutes les images sur la moyenne des trois années étudiées. Elle disparaît même totalement en 2007. En 2003 et 2005, l'ancienne colonie britannique apparaît pour sa puissance économique et sa modernité. La cité joue un rôle de modèle pour Shanghai.

La signature, en juin 2003, d'un accord commercial bilatéral entre la Chine et Hong Kong (en anglais, Closer economic partnership arrangement – CEPA) suscite un grand intérêt chez le *Dongfang*. Si la portée purement commerciale de cet accord semble limitée, il comporte cependant des clauses favorisant le tourisme des chinois du continent vers l'ancienne colonie.

La bourse de Hong Kong constitue le principal thème d'illustration. De grandes entreprises publiques chinoises y lèvent des capitaux via leurs filiales. Ces événements donnent lieu à des photos festives, comme ce trio de patrons trinquant le champagne à l'occasion de l'introduction en bourse de la Banque de construction, le 28 octobre 2005, en photo principale du *Dongfang*.

Toutefois Hong Kong joue dans l'esprit des journalistes du *Dongfang* un rôle plus important que ne le laisse penser le poids statistique de la figure. La cité est

réputée pour la qualité de sa presse et son statut particulier lui permet de conserver la liberté d'information malgré la rétrocession à la Chine intervenue en 1997. Le *Dongfang* ne cache pas son admiration pour le journal *South China Morning Post* édité à Hong Kong et dont la maquette ressemble beaucoup à la sienne, notamment lors du lancement du journal en 2003. De plus, Hong Kong est le siège du journal *Apple Daily* qui fait beaucoup appel à la photographie d'actualité. Enfin, le *Dongfang* a été créé en collaboration avec le groupe de presse Nanfang de Canton, province qui depuis le début de la réforme chinoise s'inspire de Hong Kong et subit son influence.

Ces éléments expliquent que la fascination initiale du *Dongfang* pour Hong Kong dépasse le cadre purement économique-boursier et touche aussi à la politique, du moins en 2003. La couverture que le journal accorde au projet d'adoption d'une loi anti-subversion l'atteste.

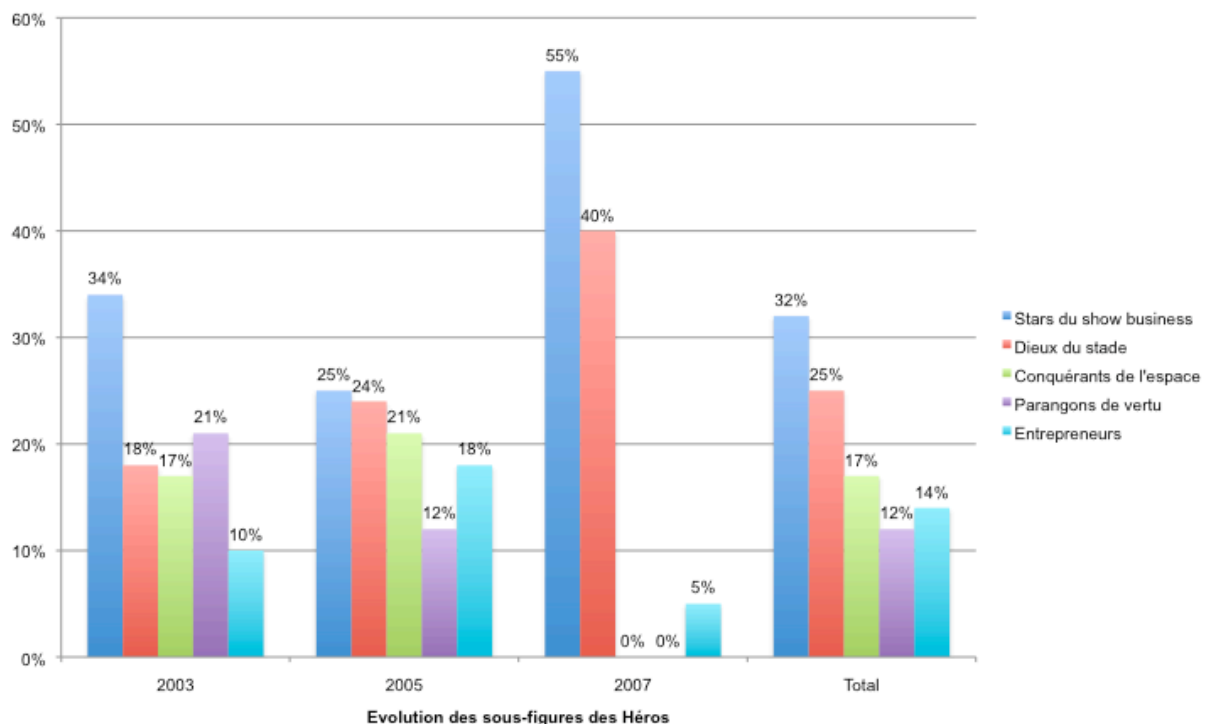
En septembre 2002, le gouverneur Tung Chee Hwa propose d'adopter une loi anti-subversion comme le prévoit l'article 23 de la loi fondamentale, l'équivalent d'une constitution de Hong Kong. Les démocrates de Hong Kong craignent que ce texte porte atteinte à la liberté d'expression et à la liberté de la presse. Le 1^{er} juillet 2003, une manifestation contre le projet de loi réunit 500 000 personnes. Le 5 septembre, Tung Chee Hwa annonce le retrait du texte. Le lendemain, le *Dongfang* consacre sa photo principale à l'événement. Sous le titre « *Le gouvernement de la RAS retire l'article 23 du projet de loi* », la photo montre le chef de l'exécutif lors de son discours. Ni la photo, ni l'article expliquent que cette décision a été prise sous la pression des manifestations. Écrire que le gouvernement chinois a reculé devant la pression de la rue aurait valu au journal les foudres du Département de la propagande. Par conséquent, le *Dongfang* recourt à une périphrase euphémisme et explique la nouvelle situation par « *les doutes et l'inquiétude de la société de Hong à propos de certaines clauses du projet de loi* ». Malgré ces limites, la publication de cette information tranche avec le silence du reste de la presse chinoise souligné par Reporters sans

frontières⁴. Le départ des collaborateurs du groupe Nanfang et la reprise en main éditoriale qui suit vide la fascination pour Hong Kong de son volant politique. À partir de 2005, n'existe plus que la fascination économique.

7) Héros anciens et nouveaux

À l'image de Leifeng, le soldat des années cinquante et soixante dévoué à la cause socialiste, la propagande chinoise produit des héros pour édifier ses sujets et leur servir de modèle. Ils sont d'origine populaire, courageux, solidaires, modestes et, par dessus tout, fidèles au Parti communiste. Même si la Chine du XXI^e siècle diffère beaucoup de celle des années cinquante du XX^e siècle, elle continue de fabriquer des héros exemplaires.

Tableau 10 : L'évolution des sous-figures des Héros



⁴ Reporters sans frontières : « La presse chinoise passe sous silence ce nouveau revers pour Pékin », *Chine - Rapport annuel 2004*, Paris.

Avec 10% de ces images dévolue à la figure des Héros, le *Dongfang* n'échappe au genre, mais il le revisite et le modernise. Elle ne représente que 6% des images en 2003, mais grimpe à 13% en 2005 et stagne à 8% en 2007.

Sportifs, Parangons de vertu et Conquérants de l'espace peuvent être regroupés sous l'appellation de héros socialistes traditionnels, au sens que le Parti communiste a toujours crée des modèles d'abnégation pour la collectivité et de symbole des prouesses technologiques du régime. Les Stars du show business et les Entrepreneurs relèvent d'une catégorie de nouveaux héros, nés à l'ère des réformes économiques chinoises. Toutefois, les catégories de héros anciens et nouveaux se combinent pour vanter la gloire du régime actuel.

a) Les Stars du show business

Les Stars du show business sont la principale sous-figure avec 32% sur la moyenne des trois années. Elle garde cette place malgré un creux en 2005 à 35% des images après 34% en 2003. Elle devient vraiment dominante en 2007 quand elle concentre 55% des images de la figure de Héros.

La victoire de la chanteuse Li Yichun au concours de la Super fille (*chaoji nüsheng*), sorte de Star Academy chinoise réservée aux filles, le 26 août 2005, marque un tournant. Le *Dongfang* consacre sa photo principale à Li Yichun au lendemain de sa victoire. Il récidive deux fois en octobre 2005 quand la chanteuse vient donner un concert à Shanghai.

Organisé par la chaîne Henan TV, ce concours est inspiré du modèle américain des Pop Idol. Il connaît un phénoménal succès, notamment parce qu'il fait appel au vote des téléspectateurs par SMS pour désigner le vainqueur. Cet aspect démocratique irrite les autorités qui critiquent le concours, sans doute par crainte que le public ne prenne goût au vote. Le *Dongfang* semble regretter cette mise à l'index. Il consacre sa photo principale du 25 août 2007 à la chanteuse Zhang Liangying, troisième au concours 2005 de la Super fille, lors de la sortie

de son deuxième CD. Pour l'occasion, Zhang Liangying est venue au siège du journal.

影 响 力 至 上
ORIENTAL MORNING POST

东方早报

2005年 农历乙酉年七月廿三
2005年 7月27日 星期六
今日 16版
零售 1元

网址: www.dongfang.com 文汇报报业集团集团主办 C N 31-0009 国内邮发代号 3-101 第 776 期

铜川路紧急叫停
活体鳄鱼销售

P2

曹刚川登上俄战机
称“它们表现很棒”

P4

凯尔特人杜威
突破性让步

P10

早报热线: 962288 P2 大事 P3 财经 P4 国际 P5-P8 国内 P9 体育 P10 文化 P12-P8 艺术

人类找到 SARS 克星

钟南山称, 小干扰核酸对非典甚至艾滋病毒

新华社广州电 中国工程院院士钟南山 26 日在广州宣布, 有关 SARS 特效药的研制取得重大突破, 目前正在猴子身上试验获得成功, 证明小干扰核酸对 SARS 冠状病毒具有明显的治疗和预防作用。

钟南山表示, “防治 SARS 病毒特效药”小干扰核酸的研发, 由“非典前非典型肺炎”研究小组, 中国工程院院士钟南山任首席顾问, 著名生物技术专家李宇春教授及微生物专家福建南平大学教授张洪武, 自两年前开始进行。

钟南山介绍说, 小干扰核酸是目前国际上最先进的一种生物医学技术, 其原理是可将一种或多种病毒的特定基因“沉默”并失去功能, 或将 RNA 病毒基因组分解, 而被分解的片段成为新的力量去消灭其他病毒。研发小组的科学家针对 SARS 冠状病毒基因组设计小干扰核酸药物, 采用中国医学科学院动物所建立的动物 SARS 冠状病毒感染模型和实验模型, 进行抗病毒感染试验, 并在世界上首次获得成功。

科学家提取了 5 微克, 20 只恒河猴进行实验, 接受药物治疗的猴子病毒复制量减少了 75%, 病毒复制的恒河猴明显减少, 而且病毒健康增加, 疗效进一步改善, 无副作用。而在感染后接受小干扰核酸药物的猴子, 实验后血液, 尿液, 粪便和鼻分泌物均明显减轻。

钟南山表示, 小干扰核酸技术还将用于对付其他各种病毒性传染病如 AIDS、乙肝等, 还希望钟南山等能进一步探索新的治疗方面发挥强有力的作用。

合约最终让姚明无缘十运会

新华社北京电 根据体育总局日前发布的《关于上市公司股权激励管理办法》征求意见稿, 中国男篮主教练姚明因持有上市公司股份, 因此无法参加十运会。

对此, 上海市体育局有关人员表示, 姚明持有上海男篮股份, 根据《征求意见稿》, 上市公司股权激励管理办法征求意见稿, 姚明持有上市公司股份, 因此无法参加十运会。

姚明目前在美国集训, 并将在十运会开幕前回国。上海市体育局表示, 姚明目前在美国集训, 并将在十运会开幕前回国。

美国就联合国改革提 750 条意见 中方代表呼吁美国展现灵活性 联合国改革不能美国说了算

新华社北京 26 日电 美国就联合国改革提出 750 条意见, 中方代表呼吁美国展现灵活性, 联合国改革不能美国说了算。

在联合国总部举行的第 60 届大会期间, 美国代表团向联合国秘书处提交了 750 多条改革建议。中方代表在会前表示, 美国提出的改革方案, 体现了美国在联合国改革中的主导地位, 但中方认为, 联合国改革是一个复杂的系统工程, 需要各方协商一致, 不能由美国说了算。

中方代表指出, 美国提出的改革方案, 包括扩大安理会常任理事国席位、增加非常任理事国席位、改革秘书处等。中方认为, 这些改革方案, 体现了美国在联合国改革中的主导地位, 但中方认为, 联合国改革是一个复杂的系统工程, 需要各方协商一致, 不能由美国说了算。

中方代表呼吁, 美国在联合国改革中, 应展现出更大的灵活性, 与各方进行广泛的沟通和协商, 共同推动联合国改革进程。

李宇春: 一个超级大众明星的加冕

新华社北京 26 日电 在 2005 年超级女声总决赛中, 李宇春以绝对优势夺冠, 成为继孙悦之后, 第二位获得“超级女声”总冠军的选手。

李宇春在总决赛中, 演唱了多首原创歌曲, 赢得了评委和观众的广泛好评。她的夺冠, 标志着中国内地流行音乐进入了一个新的时代。

李宇春的成功, 不仅在于她的音乐才华, 更在于她独特的个性和亲和力。她成为了中国内地最受关注的年轻偶像之一。

大众新上路的士全部“油改气”

新华社上海 26 日电 上海大众出租车公司宣布, 从即日起, 所有新上路的士全部采用液化石油气 (LPG) 作为燃料。

该公司表示, “油改气”工程已经顺利完成, 所有新上路的士均配备了 LPG 供气系统。这一举措旨在减少尾气排放, 改善城市空气质量。

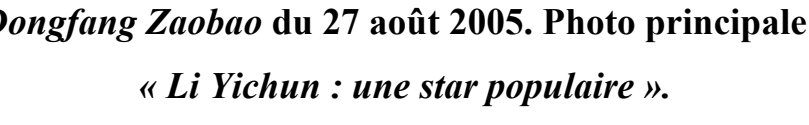
据该公司介绍, “油改气”后的出租车, 运行平稳, 噪音低, 且维护简单。目前, 已有数千辆出租车完成了改造。

股改办法征求意见稿发布

新华社北京 26 日电 中国证监会日前发布了《上市公司股权激励管理办法》征求意见稿, 征求社会各界的意见。

征求意见稿规定, 上市公司股权激励对象应为公司董事、高级管理人员、核心技术 (业务) 人员以及其他对公司经营业绩和未来发展有直接影响的人员。

此外, 征求意见稿还对股权激励的方式、期限、考核指标等进行了详细规定。中国证监会表示, 将广泛听取各方意见, 不断完善相关法规。



Dongfang Zaobao du 27 août 2005. Photo principale : « Li Yichun : une star populaire ».

Outre les stars de la musique, le *Dongfang* donne aussi une place croissante à celles du cinéma. Ainsi, le chorégraphe de la cérémonie d'ouverture des jeux olympiques de Pékin, le cinéaste Zhang Yimou, apparaît dans la photo principale le 30 août 2007 en raison de sa présence au festival de cinéma de Venise. Le lendemain, ce sont les acteurs principaux du film taiwanais *Lust Caution* qui sont représentés. Se déroulant dans la Chine occupée par le Japon, le film raconte une histoire d'amour entre une résistante et un collaborateur des occupants. Il est inspiré d'un roman de l'auteur shanghaienne Eileen Chang. Il remporte le festival de Venise ce qui vaut au réalisateur Ang Lee d'occuper la photo principale du journal, le 10 septembre 2007.

L'engouement du journal pour *Lust Caution* s'explique par la nationalité du film et le fait qu'il raconte une histoire écrite par un auteur de Shanghai. Mais *Lust Caution* prouve aussi que le cinéma n'est pas hors d'atteinte des foudres de la propagande. Lors de sa sortie dans les salles chinoises, 7 minutes de scènes érotiques sont censurées. De plus, l'actrice principale, Tang Wei est interdite d'écran par les autorités en mars 2008.

Le surcroît de place que le *Dongfang* accorde aux stars du show business chinois à partir de 2005 accompagne le changement de formule du journal. Il est un indicateur de sa tabloïdisation, de sa popularisation, après l'échec commercial encouru en 2003 et 2004 et les restrictions imposées par la censure.

b) Les Dieux du stade

La sous-figure des Dieux du stade augmente régulièrement de poids avec les années. De 17% des images de la figure en 2003, elle en occupe par la suite 24% en 2005 et 41% en 2007.

Le coureur de 110 mètres haies Liu Xiang et le basketteur Yao Ming forment les deux personnages de la sous-figure. Ils sont tous deux originaires de Shanghai. Liu Xiang apparaît deux fois plus souvent que Yao Ming et a seul droit à la photo principale. Il est mis plus souvent à contribution que le basketteur car il

réside à Shanghai et est donc plus accessible que ce dernier qui joue aux États-Unis. Sa montée en puissance coïncide avec ses succès dans les compétitions internationales. Ses revers ne l'entachent pas. De plus, sa personnalité débordante du cadre purement sportif puisque le journal le suit dans ses projets d'études et dans ses activités comme ambassadeur de la municipalité de Shanghai.

ORIENTAL MORNING POST

东方早报

8月31日 星期日
2003年 农历庚申年八月廿三日

今日16版
零售价1元

国内邮发代号 3-101 第56期

世卫组织通过最后文件 高价专利药品 强制许可仿造

经过20个月的艰苦谈判，世界贸易组织总理事会30日终于批准了关于强制专利药品强制许可制度的最后文件。

根据这份文件的有关规定，发展中国家和最不发达国家成员因艾滋病、疟疾、肺结核及其他传染病所造成公共健康危机时，可在未经专利权人许可的情况下，在其内部通过实施强制许可制度，生产、使用和销售有关专利药品。这不仅将大大降低成本，而且将有助于更迅速和有效地控制、缓解公共健康危机，确保生命健康基本权利得到尊重和保障。

据新华社日内瓦电

刘翔 想带铜牌 回家看爷爷

奥运健儿刘翔在雅典奥运会男子110米栏决赛中，以12秒91的成绩夺得金牌，创造了中国田径在奥运会上的最好成绩，并创造了亚洲新纪录。

刘翔赛后表示，他非常开心，也非常自豪。他希望自己能带着一枚铜牌回家，去看望他的爷爷。

刘翔的教练孙海平表示，刘翔在赛前一直保持着良好的状态，他的爆发力和耐力都非常出色。刘翔在决赛中表现出色，他的起跑非常快，他的摆臂也非常有力，他的跨栏也非常流畅。

沪上婚检人数 开始减少

据上海市人口计生委统计，今年上半年上海市婚检人数为12.5万人，比去年同期减少了1.5万人。

上海市人口计生委表示，婚检人数减少的原因有很多，其中最主要的原因是年轻人对婚检的认识还不够，认为婚检只是形式主义，没有实际意义。此外，婚检费用也是一个重要因素，许多年轻人因为经济压力而选择不婚检。

名录中不见 SARS

世界卫生组织的《国际疾病分类》第十次修订本中，并没有将 SARS 列入其中。

世界卫生组织表示，SARS 是一种新的传染病，它的病原体是一种冠状病毒。SARS 的传播途径主要是通过人与人之间的直接接触，也可以通过空气传播。

世界卫生组织表示，SARS 的死亡率很高，可以达到 10% 左右。SARS 的潜伏期通常为 2 到 7 天，发病后会出现发热、咳嗽、呼吸困难等症状。

龙卷风刮倒闵行工地活动房

上海闵行区近日发生龙卷风，刮倒了多间工地活动房，造成多人受伤。

据当地气象部门表示，龙卷风发生于昨日午后，风速达到每小时 100 公里以上。龙卷风经过的地方，房屋被刮倒，树木被连根拔起，许多车辆被吹翻。

当地消防部门接到报警后，立即赶赴现场进行救援。救援人员救出多名被困人员，并将伤员送往医院治疗。目前，救援工作仍在进行中。

在巴黎赛男子 110 米 刘翔 创亚洲新纪录

刘翔在巴黎赛男子 110 米栏决赛中，以 12 秒 91 的成绩夺得金牌，创造了亚洲新纪录。

刘翔在决赛中表现出色，他的起跑非常快，他的摆臂也非常有力，他的跨栏也非常流畅。刘翔在决赛中一直保持领先，最终以 12 秒 91 的成绩夺得金牌。

刘翔的教练孙海平表示，刘翔在赛前一直保持着良好的状态，他的爆发力和耐力都非常出色。刘翔在决赛中表现出色，他的起跑非常快，他的摆臂也非常有力，他的跨栏也非常流畅。

关于强制许可

强制许可是指专利权人无正当理由，在法定期限内没有实施其专利，或者没有充分实施其专利，国家知识产权局可以依职权或依申请给予强制许可。

强制许可的授予应当符合以下条件：专利权人无正当理由，在法定期限内没有实施其专利，或者没有充分实施其专利；国家知识产权局认为有必要授予强制许可；强制许可的授予不会损害专利权人的合法权益。

强制许可的期限不得超过 5 年，自授予之日起计算。强制许可的期限届满后，专利权人无正当理由，在法定期限内没有实施其专利，或者没有充分实施其专利，国家知识产权局可以再次授予强制许可。

新人将与巨星共逐水城

上海国际电影节即将开幕，新人将与巨星共逐水城。

本届电影节吸引了众多国内外知名导演和演员参加。电影节期间将放映多部优秀影片，包括《英雄》、《无极》、《夜宴》等。

电影节期间还将举办多项活动，包括开幕式、颁奖典礼、新闻发布会等。电影节期间还将举办多项活动，包括开幕式、颁奖典礼、新闻发布会等。

受月饼祭茶用及持续高温等影响 上海月饼产量面临 8 年来最低

受月饼祭茶用及持续高温等影响，上海月饼产量面临 8 年来最低。

据上海市月饼行业协会表示，今年上海月饼产量将创 8 年来最低。这主要是由于祭茶用月饼的减少和持续高温天气的影响。

行业协会表示，祭茶用月饼的减少是由于祭茶用月饼的原材料价格上涨，导致祭茶用月饼的价格大幅上涨。此外，持续高温天气也使得祭茶用月饼的保质期缩短，导致祭茶用月饼的销量大幅减少。

Dongfang Zaobao du 31 août 2003. Photo principale : « Liu Xiang décroche la médaille de bronze sur 110m haies à Paris. »

La valorisation des Dieux du stade présente plusieurs avantages pour le *Dongfang*. Elle satisfait la volonté du journal de publier des photos spectaculaires, par exemple celles de Liu Xiang en plein effort lors du franchissement d'une haie. Elle est parallèle à l'approche des Jeux olympiques de Pékin qui doivent se tenir en août 2008. Liu Xiang notamment est programmé pour devenir la star chinoise de l'événement. De plus, le renforcement de la sous-figure des Dieux du stade correspond à l'évolution éditoriale du *Dongfang* qui se tourne vers la publication de davantage d'informations de loisirs à partir de 2005. Enfin, ces héros satisfont la fierté nationale.

c) Les Conquérants de l'espace

Les taïkonautes, version chinoise des astronautes américains et des cosmonautes russes, sont au cœur de la sous-figure des Conquérants de l'espace. Ils font leur apparition en 2003 à l'occasion de l'envoi du premier chinois dans l'espace, Yang Liwei, le 15 octobre 2003. L'événement fait durant plusieurs jours la Une du journal et contribue pour 17% des images de la figure. La sous-figure gagne encore du poids en 2005, avec 21% des images, à l'occasion du deuxième vol spatial habité chinois. Puis elle disparaît complètement en 2007. Prévue cette année, la première sortie d'un taïkonaute dans l'espace n'a finalement lieu qu'en 2008.

L'envoi d'hommes dans l'espace flatte la fierté nationale chinoise et conforte la Chine dans sa volonté de se hisser au niveau des autres puissances spatiales. En même temps, il offre l'occasion au journal de publier des photos spectaculaires. Toutefois, le *Dongfang* fait face avec les taïkonautes à la même difficulté qu'avec les dirigeants nationaux chinois : dans les deux cas, il n'a pas le droit de réaliser lui-même les photos. Le protocole réserve ces clichés aux seuls photographes des médias centraux. Il doit donc reproduire les souriantes photos

Les dates d'envois par la Chine de taïkonautes dans l'espace ne doivent rien au hasard : soigneusement choisies, elles correspondent à des dates de réunions nationales du Parti communiste. La propagande rapproche les deux événements afin que la prouesse spatiale bénéficie à la gloire du régime. Le 15 octobre 2003, le vol de Yang Liwei a lieu en même temps que le Parti communiste tient la 3^e session plénière du 16^e plénum du comité central. Le journal doit faire apparaître cette annonce sur toute la largeur de la page de couverture en même temps qu'il informe du tir spatial. L'annonce politique figure au dessus de la photo du vaisseau spatial qui doit s'envoler ce même jour. La propagande recoure au même procédé le 12 octobre 2005, lors du tir de Shenzhou 6. Cette fois, le titre politique porte sur la « *Clôture de la 5^e session plénière du 16^e plénum du comité central du parti communiste et adoption de 11^e plan quinquennal* ». Comme le restant de la page, ce titre est inséré sur fond bleu ciel où la fusée prend de l'altitude. La propagande se sert aussi des étrangers. Ainsi, le 15 octobre 2005, alors que les taïkonautes tournent encore dans l'espace, Pékin reçoit les ministres des finances du G20.

Ces mises en page expriment que la conquête spatiale chinoise est fille du Parti communiste. La Chine est redevable à ce dernier de ses progrès scientifiques et du prestige international associé à la conquête spatiale. En retour, la conquête spatiale chinoise tire littéralement le Parti communiste vers le haut. Les héros de l'espace sont donc bien des héros socialistes.

d) Les Parangons de vertu

Les Parangons de vertu connaissent un déclin régulier : de 21% des photos en 2003, ils baissent à 11% en 2005 et disparaissent de la page de couverture en 2007.

Parmi les Parangons de vertu se range la saga du « Dernier soldat » consacrée au retour à Shanghai d'un survivant de l'attaque de la ville par les Japonais en 1937. Assis dans la cour de sa modeste demeure à Chongqing, dans l'ouest de la

China, le héros occupe la photo principale le 1er juillet 2005. Le titre annonce que « Le vétéran Yang Yangzheng va revenir à Sihang ». Ce nom désigne un entrepôt sur la rive nord de la rivière Suzhou où des défenseurs de l'armée nationaliste ont résisté pendant plusieurs jours à l'attaque de l'armée impériale.

ORIENTAL MORNING POST
东方早报
7月1日 星期五
2005年农历乙酉年五月廿五
今日3叠48版
零售价1元

网站: www.diaobao.com 文汇报报业集团主办 CN31-0009 邮发代号 3-101 第719期

狂追10个路口 "押回"撞人出租 A16
欧盟立案 调查我劳保弊 B1
美国东家遭 "曼联人"进攻 C1

报码热线: 982288

胡锦涛抵俄访问 将为两国各领域合作注入新动力
称愿同俄方一道努力,增进政治互信,扩大互利合作,加强战略协作,不断提高两国关系的水平

申城昨结束60年罕见梅雨季
40年来首次出现"干梅" 连续6天高温红色预警亦平近年纪录

老兵杨养正将重回上海四行仓库旧战场 A15

国务院任命许仕仁为香港政务司长
留阙权,和所有港人一道分享"香港之梦"

早报报道反响强烈:读者吁建抗战老兵基金

雪佛龙并购方案获批施压中海油
英国媒体披露:为难中海油的美国议员曾接受雪佛龙政治捐款

我国制造 "人造太阳"
该核聚变反应堆可望提供"用之不竭"的能源

新闻风监督电话
文汇报风监督电话
62471234-68361

Dongfang Zaobao du 1^{er} juillet 2005. Photo principale :
« Le vétéran Yang Yangzheng va revenir à l'entrepôt de Sihang ».

Sous cette fausse actualité se cache une opération de propagande alors que la Chine est lancée dans une campagne anti-japonaise pour faire échec à la candidature de Tokyo au Conseil de sécurité des Nations Unies. C'est le journal qui invite Yang Yangzheng à venir à Shanghai. Le vétéran est en Une du journal tous les jours suivants, du 30 juin au 8 juillet, dont 3 fois dans la photo principale.

Les Parangons de vertu peuvent aussi être contemporains. Comme Zhou Koulei, modeste porteur d'eau au grand cœur qui a sauté dans la rivière Suzhou pour se porter au secours d'une fillette et de son oncle tombés dans l'eau. S'il n'a pu sauver la fillette, il a réussi à ramener l'oncle à terre. Le journal lui rend hommage, le 19 juillet 2003, en soulignant que personne d'autre parmi la centaine de personnes qui avait assisté à la scène ne s'était porté au secours des malheureux.

Autre héroïne contemporaine, Chen Qihong, venue à Shanghai pour un don de moelle épinière. Son geste semble d'autant plus hors norme aux yeux du journal qu'elle fait don d'une partie de son corps à un inconnu atteint de leucémie. Le journal l'a suivie depuis son arrivée dans la métropole, le 11 octobre 2003, jusqu'à sa sortie de l'hôpital, le 20 octobre.

Héros en raison du courage dont ils font preuve, Zhou Koulei et Chen Qihong sont aussi des modèles d'abnégation. Leur attitude désintéressée s'oppose à l'égoïsme de leurs contemporains. Ces deux héros sont produits par le *Dongfang* dans sa première période d'existence, entre juillet et octobre 2003. Ils disparaissent de la page de couverture après le retrait du groupe Nanfang de Shanghai. Ils correspondent donc à un modèle méridional du héros socialiste contemporain : personnages réels, choisis par le journal et non pas par le Département de la propagande, ils sont des contre-exemples aux tendances égoïstes à l'œuvre dans la société.

e) Les Entrepreneurs

Nouveaux riches, dirigeants d'entreprises et de banques forment la sous-figure des Entrepreneurs. De 14% en moyenne sur les trois années étudiées, leur proportion fluctue du simple au triple au fil des années : elle passe de 10% en 2003 à 18% en 2005 et redescend à 5% en 2007.

影 响 力 至 上
ORIENTAL MORNING POST

8月6日 星期三
2007年 农历丁亥年六月廿六

今日4叠64版
上海地区定价0.5元

联系我们 热线 962288 MSN: dtdaily@hotmail.com E-mail: dth@wxjt.com.cn 网址: www.dtdaily.com

学习浙江精神
丰富上海城市精神
—A24—

内地麦当劳
首次普涨工资
麦当劳进入内地市场17年
来首次全面涨薪。华东区员工工资
涨幅普遍高于中国最低工资标准
12%至56%。法国麦当劳去年
95%的员工。用肯德基、必胜客等
餐厅对此目前尚无统一方案。
B11

奥运倒计时
一周特刊 C1-C8

选乘星空联盟, 赢大奖!
www.staralliance.com/ten

天气: 多云 28°C-35°C
文汇·新民联合报业集团主办
CNS1-0009
国内邮发代号 3-101
第 1467 期
定价 1 元

6 935563 503771

新鲜新闻 抢先看 就要新鲜三得利

墨西哥
电信巨头
全球新首富
» 详见 A20-A21 版

上海发文
加强监督
局级干部

《关于进一步加强加强对局级领导班子主要负责人监督的若干意见(试行)》

- 重大决策、重要干部任免奖惩、重大项目安排和大额度资金使用集体决策
- 每个任期(届期)内要安排两次述职述廉
- 逐步探索罢免或撤换的制度
- 重点加强对公权力大、公益性强、公众关注度高的单位和部门主要负责人的经济责任审计

《关于党委(党组)实施“三重一大”制度的若干意见(试行)》

- 选拔任用重要干部的, 有关职能部门应当事先征求同级纪委意见, 保证纪委有必要的期间履行相应程序
- 在执行决策程序中, 领导班子成员个人不得擅自改变集体决策

申能副总王维工涉嫌违纪被查

早报讯 在昨天举行的市纪委、市委组织部专题新闻发布会上, 市纪委副书记程志强在回答记者提问时披露, 申能集团公司副总经理王维工因涉嫌严重违纪, 正在接受审查。

14名党员干部规定期限内
主动向组织申报或说明情况
» 详见 A2-A3 版

“私车额度拍卖资金使用情况”聚焦
12年94.2亿花在哪
» 详见 A4-A5 版

长三角大融合特别报道 世界级城市群 之十三
东京经验: 城市功能分散, 再分散
» 详见 A4-A5 版

社址: 上海市延安中路839号(邮编200040) 电话: 021-62471234 传真: 62475181 E-mail: dtdzb@wxjt.com.cn 印刷: 文新集团印务中心 发行热线: 900-820-8696 广告投效热线: 62890078

Dongfang Zaobao du 8 août 2007. Photo principale : « Le magnat des télécoms mexicain, Carlos Slim, nouvel homme le plus riche du monde ».

Ces fluctuations sont le symptôme des difficultés du journal à se positionner durant les premières années de son existence. Présenté comme un journal d'informations économique-financière et d'actualité générale à son lancement, mais confronté à des difficultés financières dès 2004, le *Dongfang* cherche à ce moment son salut dans une plus grande couverture de l'actualité économique. Il prend notamment pour parti de valoriser les exemples de réussite entrepreneuriale en 2005. Cependant, cette stratégie éditoriale ne lui permet pas de redresser ses comptes. Ce n'est qu'après l'adoption de la nouvelle formule, en octobre 2006, qu'il réussit à se relancer. Mais c'est au prix d'une réduction de sa couverture de l'actualité économique-financière.

Ces entrepreneurs sont représentés en portraits lors de discours ou souriants lors de réceptions. Le plus souvent, ils annoncent les résultats positifs de leurs entreprises ou bien fêtes des entrées en bourse réussies à Hong Kong. Ces annonces peuvent donner lieu à des scènes qui évoquent davantage une ambiance de carnaval que de rigueur économique. Par exemple, le 12 août 2005, l'annonce du rachat de Yahoo Chine par Alibaba est illustrée par la photo des deux dirigeants hilares sous une pluie de confettis. Il est vrai que la croissance chinoise peut se voir comme une fête permanente pour les détenteurs de capitaux. Dans ce bal des fortunés, la palme revient presque naturellement au mexicain Carlos Slim. Magnat des télécoms, l'homme réputé le plus riche du monde trône dans la photo principale, le 8 août 2007. Orienté vers le haut, son regard semble suivre la courbe de son enrichissement. La date de parution de cette photo, le huitième jour du huitième mois de l'année, n'est pas fortuite : ce double huit signifie prospérité.

C. Le crible des mots-clés

L'examen des rubriques et des figures de l'actualité met au jour des tendances générales dans l'organisation et la présentation de l'information par le *Dongfang*. Le repérage de quelques mots-clés dans les titres des articles permet d'affiner l'analyse sur des points particuliers. Certains sont explicites car fréquemment utilisés par le journal : les villes, les personnalités, les professions, les sexes. Certains sont implicites car pas ou très peu utilisés par le journal. Le calcul de la fréquence de mots-clés donne une indication sur les priorités éditoriales du *Dongfang* et sur les sujets tabous.

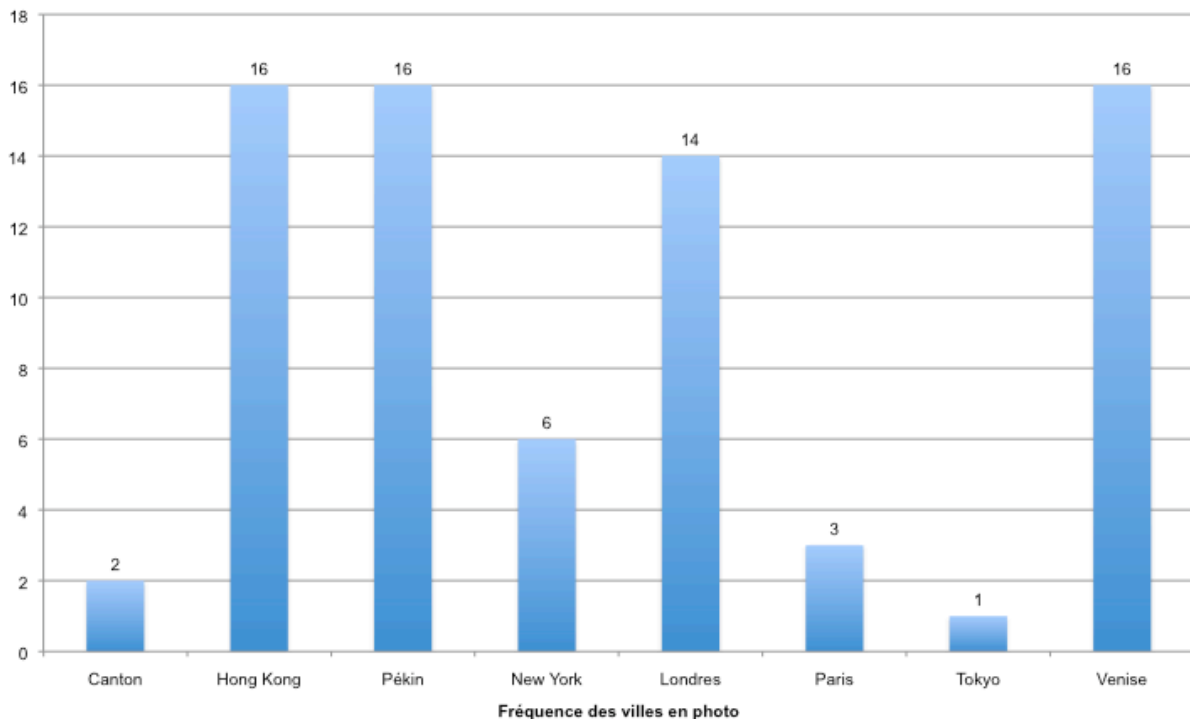
1) Le hit parade des villes

La fréquence de la mention des noms de villes dans les titres des photos et des articles sans photos donne une indication sur la hiérarchie urbaine et politique du monde selon le *Dongfang*.

Un quatuor de villes se distingue nettement des autres : Hong Kong, Pékin, Londres et Venise. Deux cités chinoises et deux européennes. Cette hiérarchie est construite sur des critères avant tout artistiques et politiques. Nous avons déjà vu que Hong Kong fascine le *Dongfang* pour sa puissance économique et financière et ses stars. Pékin doit sa place à son rôle de capitale politique : c'est là que se tiennent les grandes rencontres entre les dirigeants chinois et étrangers. La capitale chinoise n'apparaît pas comme grande ville en matière d'urbanisme, de dynamisme économique et de vie culturelle. Londres est bien classée dans ce hit parade des villes pour deux raisons : en 2005, elle est le théâtre d'attentats fortement documentés par le *Dongfang* ; d'autre part, elle est une destination touristique pour les chinois. Quant à Venise, elle existe grâce à son festival du cinéma. En 2003 et 2005, le journal dépêche sur place des envoyés spéciaux pour couvrir l'événement. Ils rendent compte de l'actualité des stars

internationales du cinéma et de la participation, souvent couronnée de succès, de metteurs en scène et d'acteurs chinois.

Tableau 11 : Fréquence des villes en photo (cumul)



La ville de Washington est à part. La capitale politique des États-Unis apparaît très souvent en arrière-plan sur les photos des dirigeants américains, mais elle n'est pas mentionnée dans les titres. Berlin, Delhi, Moscou, Rome, Singapour : ces grandes métropoles et capitales de pays puissants n'existent ni en images, ni en texte. Parmi les villes chinoises, Canton reste la grande absente. Cette absence est paradoxale puisque le groupe de presse Nanfang, originaire de la capitale du Guangdong, a participé à la création du journal en 2003. Mais autant l'origine méridionale du groupe Nanfang contribue-t-elle à la fascination que le journal porte sur Hong Kong, autant elle ne contribue en rien à donner une place à Canton.

En 2007, le *Dongfang* publie une série d'articles consacrée aux grandes métropoles mondiales. Il sélectionne 5 cités : Chicago, Londres, New York, Paris, Tokyo. Le journal fait le portrait de ces villes dans le but de comprendre les sources de leur dynamisme et d'examiner comment Shanghai et le delta du Yangzi pourraient s'en inspirer. Cette idée ne lui est pas venue toute seule. La série d'articles renvoie à un des thèmes de propagande de Xi Jinping, le successeur de Chen Liangyu à la tête du Parti communiste de Shanghai. Celui-ci déclare dans le journal, le 7 août 2007 que « *le développement harmonieux du Delta est aussi un moteur et une opportunité pour Shanghai* ».

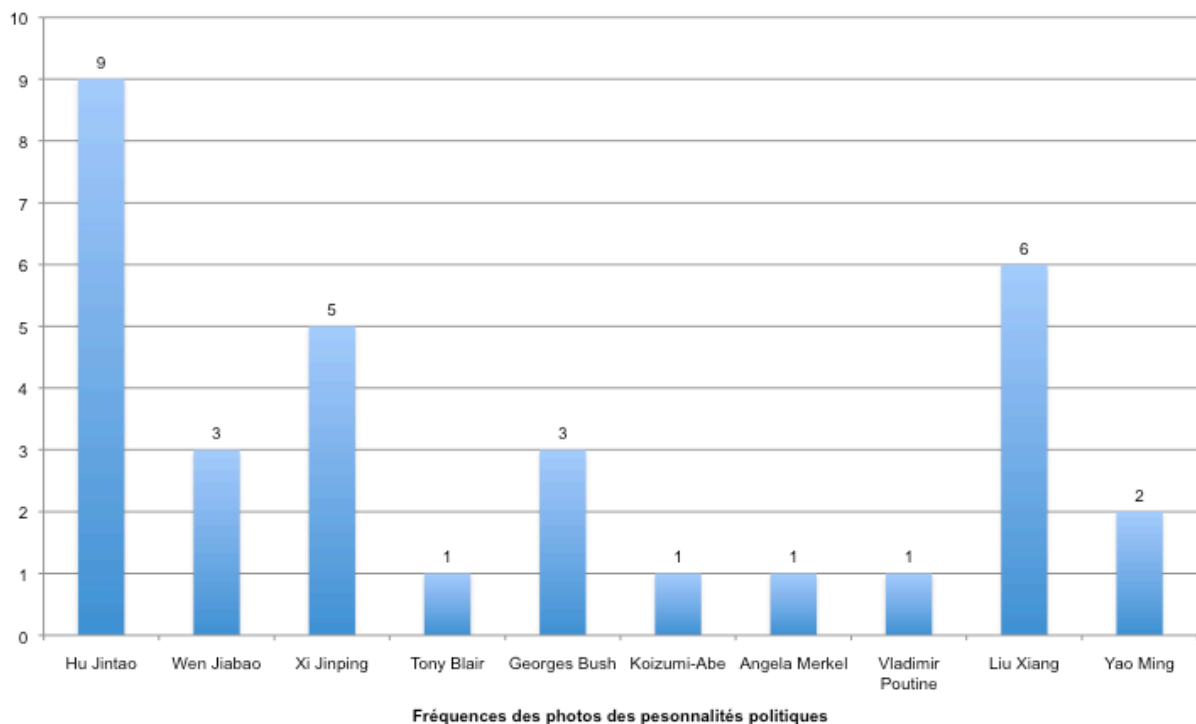
2) Les personnalités préférées

Liu Xiang et Yao Ming loin devant les autres. Au classement des personnalités préférées, ces sportifs laissent loin derrière eux les responsables politiques. Le coureur de 110 mètres haies Liu Xiang apparaît 6 fois plus souvent en photo sur la page de couverture que le président Hu Jintao, le basketteur Yao Ming deux fois plus fréquemment. Le fait que les deux sportifs soient tous deux originaires de Shanghai contribuent évidemment à leur visibilité dans le *Dongfang*. Liu Xiang émerge comme star en 2005 en raison de ses succès dans les compétitions internationales. Sa suprématie s'explique aussi par le fait que le journal insère ses photos en bandeaux alors que le rigide protocole de la propagande l'empêche d'en faire de même pour les dirigeants politiques chinois. La photogénie de Liu Xiang et Yao Ming est telle qu'ils ne sont jamais cités dans des articles sans photos.

En photos, la prééminence de personnalités sportives illustre la volonté de journal de réserver une grande partie de sa surface éditoriale à des sujets non politiques. Liu Xiang et Yao Ming servent le nationalisme chinois, mais d'une façon ludique. En s'intéressant aux études de Liu Xiang ou au mariage de Yao Ming, le journal en fait des stars mondaines dont le rôle dépasse le cadre sportif ou nationaliste.

Si la prééminence des sportifs sur les dirigeants politiques chinois dans une publication commercialisée peut sembler normale, celle du président américain Georges Bush sur Hu Jintao et Wen Jiabao surprend davantage. De fait, sur les trois années étudiées, le président américain apparaît 10 fois en image sur la page de couverture du journal contre 6 pour Hu Jintao et 1 pour Wen Jiabao. Toutefois, le *Dongfang* ne publie de photos de Georges Bush qu'en 2003, année de l'invasion américaine de l'Irak. Par la suite, le président américain est supplanté par son homologue chinois quand le journal se focalise davantage sur l'actualité chinoise. Comme les sportifs, Georges Bush n'apparaît pas seulement dans la photo principale, au contraire de Hu Jintao et Wen Jiabao.

Tableau 12 : Fréquence en photos des personnalités (cumul)



La montée en puissance de Hu Jintao dans les photos de la page de couverture du *Dongfang* est régulière. Elle est parallèle au renforcement de son emprise sur le pouvoir chinois à partir de 2004 quand il prend aussi le poste de président de la Commission militaire centrale à la place de son prédécesseur Jiang Zemin.

Elle est confirmée dans les articles sans photo. Signe d'une faible photogénie, il est plus souvent cité que montré en images. Dans l'ensemble, la prédominance iconographique de Georges Bush sur Hu Jintao est symptomatique de la défiance du *Dongfang* à l'égard des photos des dirigeants chinois fournies par les médias officiels, notamment Chine nouvelle.

La paire Junichiro Koizumi – Shinzo Abé, les deux premiers ministres japonais successifs durant les trois années étudiées, dépasse aussi les dirigeants politiques chinois en nombre de photos. Comme pour Georges Bush, ils le doivent en partie à la défiance du *Dongfang* à l'égard des photos des dirigeants chinois. Mais aussi au rappel par le journal des crimes du Japon lors de la Deuxième guerre mondiale, la dénonciation des visites de Junichiro Koizumi au cimetière de Yakusuni et de la tentative de Tokyo d'obtenir un siège permanent au Conseil de sécurité des Nations unies. La défiance à l'égard de la qualité des photos de Chine nouvelle ne conduit donc pas le *Dongfang* à s'éloigner de la ligne politique officielle. Elle consiste plutôt à la mettre en scène de façon plus présentable.

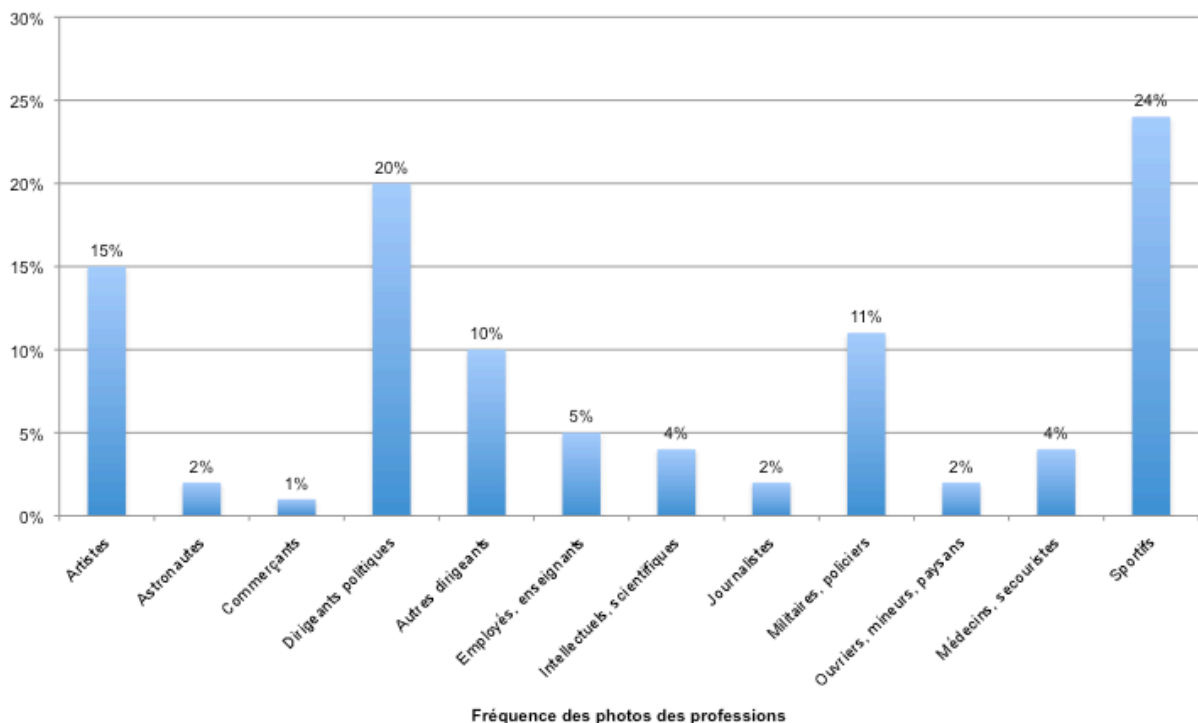
Le président russe Vladimir Poutine obtient un score honorable, bien qu'inférieur à celui de Hu Jintao. Il le doit à l'alliance sino-russe dans les domaines militaires et stratégiques. Le *Dongfang* le montre lors de réunions à Moscou ou de rencontres avec des homologues étrangers. Il est toujours présenté dans un contexte favorable. Son image n'est jamais associée aux violences qu'exerce l'armée russe dans le Caucase.

Le hit parade des personnalités est bouleversé si on ne prend en compte que les articles sans photos. Dans ce cas, c'est Xi Jinping qui arrive en tête avec 26 mentions en 2007 (voir aussi la figure de la Direction éclairée). Mais le fait que ce dernier n'apparaisse pas une seule fois en photo entre juin et octobre 2007 montre le côté propagandiste de la campagne de promotion dont il fait l'objet dans des articles de complaisance.

3) Dirigeants et amuseurs sur le devant de la scène

Toutes photos confondues, les sportifs (24%), les dirigeants politiques (20%), les artistes (15%) et les militaires et policiers (11%) représentent le quatuor des professions les plus représentées sur la page de couverture du *Dongfang*. Deux grandes domaines structurent ainsi le monde professionnels selon le journal : d'un côté, les décideurs soutenus par les exécutants de la force publique, de l'autre côté, les gens du spectacle chargés de divertir le public. En résumé : du pain et des jeux. D'autant plus qu'à la catégorie des dirigeants politiques peut être adjoint celle des autres dirigeants (propriétaires d'entreprises, directeur de banques, responsables d'administration) qui compte pour 10% des photos.

Tableau 13 : Fréquences en photos des professions



La prééminence des décideurs et des hommes en uniformes n'est pas propre au *Dongfang*. Elle est commune à tous les journaux d'informations générales en Chine et dans le monde. Du coup, les autres professions sont marginalisées.

C'est notamment le cas de celles liées à la production matérielle et aux services. Ouvriers, paysans, mineurs ne sont présents que dans 5% des photos. Même proportion pour les employés et les enseignants. Pourtant ces professions représentent l'essentiel de la population active. Leur faiblesse fait écho à leur absence de droits dans la prise de participation aux décisions politiques. Les ouvriers représentés en images ne sont d'ailleurs pas les plus mal lotis dans le monde du travail chinois contemporain. Leur situation est plus enviable que celles des ouvriers-paysans, les *mingong*, qui quittent la campagne par dizaines de millions pour trouver du travail sur les chantiers de construction et dans les usines des grandes villes. Shanghai en compterait 3 à 4 millions. Mais sur les trois années étudiées, le *Dongfang* ne leur consacre pas une seule image en couverture.

Finalement, les seules fois où le prolétariat chinois occupe la photo principale, c'est lors des accidents de mines de charbon. C'est le cas à trois reprises dans la période étudiée. Assoiffée d'énergie pour nourrir sa croissance, la Chine exploite ses gigantesques ressources en charbon. Mais coups de grisous et effondrements de galeries se produisent à répétition et provoquent chaque année des milliers de morts parmi les mineurs. En cause : l'appât du gain et le non-respect des règles de sécurité par les propriétaires de mines, mais aussi l'impossibilité pour les mineurs de créer des organisations syndicales indépendantes qui leur permettraient de se défendre plus efficacement. Depuis quelques années, ces accidents sont révélés au public alors qu'avant la censure empêchait les médias d'en informer. Les journaux commercialisés ont fait de la couverture de ce type d'événements une de leurs spécialités. Dans leurs critiques des responsabilités ils se limitent cependant à remettre en cause la compétence ou l'intégrité des cadres locaux.

Les photos d'accidents miniers publiées par le *Dongfang* jettent une lumière crue sur un plan peu reluisant de la croissance chinoise. Elles donnent visages aux damnés de la Terre qui produisent l'énergie dont se nourrit une ville comme

Shanghai. Leur message implicite est de condamner les conditions de travail des mineurs et d'appeler à leur amélioration. Mais elles ne montrent les mineurs qu'à travers les secours organisés pour venir en aide à ceux bloqués au fond. Jamais n'est montrée leur colère, ni même leur chagrin. La représentation des mineurs que donne le *Dongfang* se limite ainsi à une forme de commisération à l'égard de victimes. Ils n'atteignent pas au statut d'acteurs de la société chinoise et restent cantonnés dans un rôle de sujet de compassion.

Parmi les trois photos d'accidents de mines, celle publiée le 2 août 2007 est la plus belle, et aussi la plus représentative du genre. Au centre, un mineur juste remonté à la surface est encadré par deux sauveteurs. Ses yeux sont bandés et il tient à peine debout. La photo évoque les peintures chrétiennes qui représentent la descente de croix de Jésus. Elle comporte ainsi une forte charge symbolique : descendu sous Terre pour sauver la croissance chinoise, le mineur paye de sa personne. Mais toute expression de colère est bannie.

La très faible présence de commerçants dans les photos est surprenante. Ils sont quasi absents, même en 2003 quand le *Dongfang* se positionne comme journal d'informations économique et financière autant que d'informations générales. La discrétion des commerçants s'applique aussi bien à ceux des marchés de proximité de Shanghai qu'à ceux qui s'adonnent aux échanges avec l'étranger. Les chômeurs ont droit à plus d'égard que les commerçants, tant qu'ils n'expriment pas de mécontentement. Ils sont évoqués trois fois en 2007 dans des articles sans photo au sujet du chômage à Shanghai. À chaque fois, les articles titrent sur l'instauration d'une mesure favorable à leur égard, par exemple une augmentation des allocations chômage, le 20 août 2007. Jamais, l'information ne porte sur l'évolution défavorable du nombre de chômeurs, sur leur situation matérielle ou leur éventuel mécontentement.

En sens inverse, le journal accorde une importance disproportionnée à d'autres professions. Journalistes, taïkonautes et astronautes, médecins et secouristes sont surreprésentés. Les journalistes apparaissent surtout en 2003 quand le *Dongfang*

met régulièrement en image ses propres journalistes. Il les montre notamment lors d'interviews de responsables étrangers. Le procédé disparaît suite au retrait du *Dongfang* du groupe Nanfang. Il s'apparente au commentaire de journal télévisé réalisé par un journaliste envoyé spécial sur le lieu où s'est déroulé un événement. L'image de la présence du journaliste sur le terrain est sensée renforcer la crédibilité de son récit de l'événement et prouver l'originalité de l'information qu'il produit. Dans le cas du *Dongfang*, l'image d'un journaliste en train d'interviewer un responsable étranger contrevient au monopole de l'agence Chine nouvelle sur les informations internationales. Par exemple, le 20 août 2003, le *Dongfang* publie à la fois la photo de la journaliste et du vice-secrétaire général de l'ONU qu'elle a interviewée après l'attentat contre la représentation des Nations unies à Bagdad.

Les taïkonautes doivent leur présence à l'exploit technique que représente l'envoi d'hommes dans l'espace et donnent corps à la fierté nationale. Quant aux médecins et secouristes, leur surreprésentation est due au fait que le *Dongfang*, d'une part, valorise les événements dramatiques et, d'autre part, rassure les lecteurs par des images d'exercices de prévention.

Le poids des professions est très différent dans le temps. Sportifs et artistes ont droit à beaucoup plus de photos en 2007 qu'en 2003 (respectivement +12% et +10%) en raison de la réorientation éditoriale du journal vers davantage d'informations de loisirs et de divertissement. Les militaires et policiers enregistrent une décade, de même que les journalistes et les taïkonautes.

Par ailleurs, le poids des professions est aussi différent selon les types de photos. Les dirigeants politiques, les militaires et policiers, les taïkonautes sont bien plus nombreux proportionnellement sur les photos principales que sur les autres. À l'inverse, les sportifs sont deux fois plus fréquemment représentés dans les autres photos que sur la photo principale. Ces distorsions reflètent la volonté du *Dongfang* de réserver de préférence la photo principale à des informations sérieuses, mais aussi plus sujettes à l'influence politique comme le montre

l'augmentation du nombre d'images des dirigeants chinois dans cet emplacement.

4) Un solide machisme

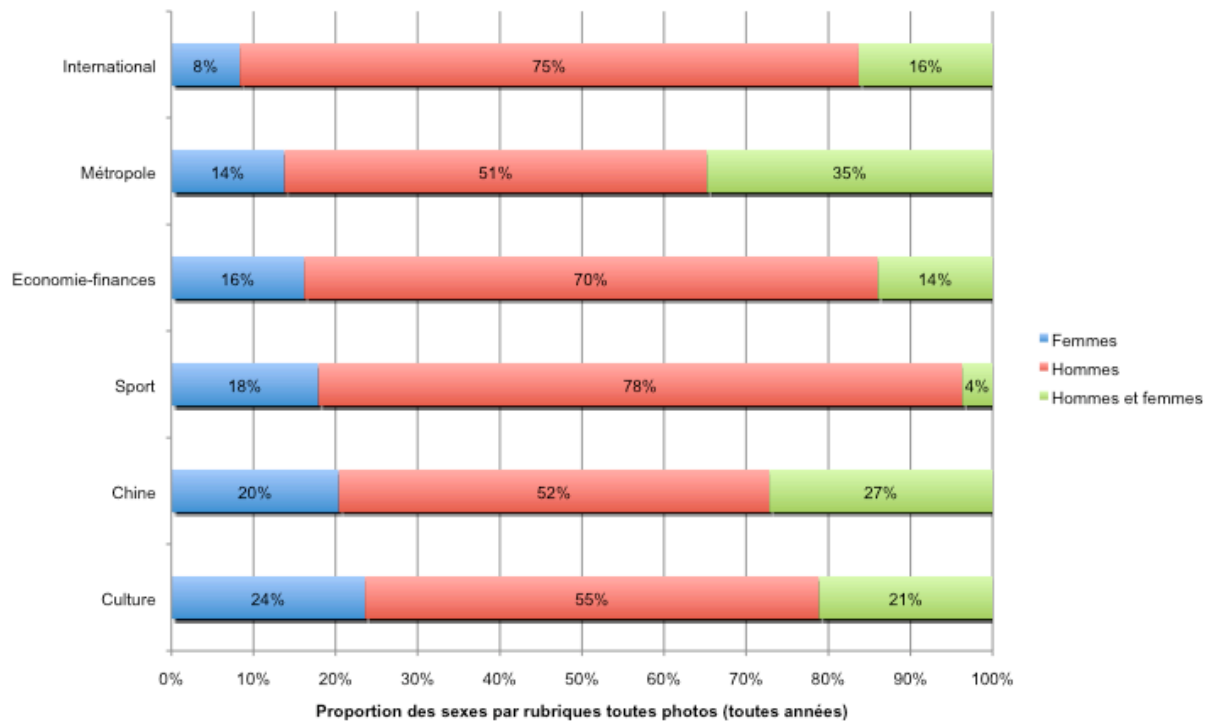
Les journaux d'actualité du monde entier ont tendance à publier davantage d'informations et de photos dans lesquels figurent des hommes que des femmes. La prépondérance masculine s'explique en partie par le fait que les hommes occupent plus souvent des postes à responsabilité dans les domaines de la vie politique et économique, thèmes majeurs des médias d'information générale. Le *Dongfang* s'inscrit dans cette règle. Sur les trois années étudiées, les hommes monopolisent 67% des photos contre 16% pour les femmes ; sur 17% des photos apparaissent à la fois des hommes et des femmes. Par ailleurs, la proportion des femmes est plus faible dans les photos principales que dans les autres photos. Le machisme du *Dongfang* transparait dans les clichés qu'il donne des femmes. Celles-ci sont ou belles, ou affligées de malheur, ou en train de consommer, ou sportives. Elles ne sont que de façon exceptionnelle en situation de responsabilité. Les images de catastrophes naturelles sont ainsi le plus souvent documentées par des victimes féminines.

L'examen du détail des rubriques montre que la proportion de femmes dans les photos peut varier du simple au triple. Elles sont présentes dans 8% des photos de la rubrique International et 24% dans la rubrique Culture. D'ailleurs, si la proportion des femmes évolue de 14% en 2003 à 24% en 2007, c'est à cause de l'augmentation du poids de la rubrique Culture en 2007.

Autre fait remarquable : la part des femmes dans les photos est nettement plus forte dans la rubrique Chine que dans celle sur la Métropole. Ce résultat semble indiquer que Shanghai est une cité moins favorable à la vie publique des femmes que la Chine entière. La cité passe pourtant pour abriter les femmes les plus émancipées de Chine en raison des opportunités professionnelles qu'elle offre et de l'influence occidentale. À moins que la minoration des femmes dans les

photos de la rubrique Métropole soit liée aux photographes du *Dongfang*. En effet, l'effectif d'une dizaine de photographes ne compte qu'une seule femme tandis que les femmes sont majoritaires parmi les éditeurs photos.

Tableau 14 : Proportion des sexes par rubriques



Le silence du journal sur le thème des violences domestiques et conjugales joue aussi un rôle. Alors qu'à Shanghai, 1 famille sur 10 connaîtrait des problèmes de violences domestiques⁵, le *Dongfang* n'en fait jamais état sur sa page de couverture. Or, ces violences touchent dans leur grande majorité les femmes. Mais comme tous les sujets qui rendent compte de formes de violences sociales, celui-ci se heurte à la censure soucieuse de gommer toute expression d'instabilité sociale. De plus, pèse sur lui un tabou traditionnel sur la place de la femme dans la société.

⁵ *Chine Informations*, « Violence conjugales en Chine... à Shanghai aussi », http://www.chine-informations.com/actualite/violence-conjugale-en-chine-a-shanghai-aussi_5578.html

5) D'explicites silences

Autant que les mots-clés imprimés sur la page de couverture du *Dongfang*, les thèmes et expressions que le journal n'évoque qu'avec parcimonie ou bien passe sous silence expriment également du sens. Il en est ainsi pour les sujets sociaux et politique dits « sensibles » (*mingan*). La sensibilité est celle des autorités qui empêchent les médias de rendre compte d'informations qui, selon elles, mettent en péril la stabilité sociale.

a) Grèves et manifestations oubliées

Grèves, manifestations, exploitation des ouvriers : les sujets sociaux chinois à contenus conflictuels sont passés sous silence ou bien traités sur un mode favorable à l'action du pouvoir. Sur la période étudiée, le *Dongfang* ne publie que deux photos relatives à des grèves. Faible en soi, ce chiffre est encore plus frappant du fait qu'aucune photo ne concerne la Chine : la première traite de la grève nationale en France d'octobre 2005, la deuxième d'un conflit social en Inde. Même schéma pour les manifestations : seules trois photos en rendent compte, toutes pour des événements étrangers : lors d'un sommet de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) à Cancun, en 2003, à l'occasion de l'interpellation de Cindy Sheehan (mère d'un soldat américain mort en Irak), le 28 septembre 2005, lors d'une manifestation devant la Maison Blanche, et la dernière lors d'une manifestation à Tokyo contre la visite du premier japonais au sanctuaire de Yasukuni, le 19 octobre 2005. À quoi s'ajoute l'énigmatique article sans photo du 17 août 2005 qui évoque une interdiction de manifestation pour les soldats chinois. La photo au sujet de Cindy Sheehan constitue d'ailleurs l'une des deux qui documentent une scène d'arrestation. L'autre concerne celle d'un suspect dans les attentats de Londres, le 30 juillet 2005.

En un sens, la timidité du *Dongfang* à évoquer des grèves et manifestations en Chine est étonnante puisque les autorités chinoises en reconnaissent l'existence

et publient des statistiques qui montrent une augmentation de leur nombre. Par exemple, le Bureau de la sécurité publique totalise 87000 « incidents de masse » en 2005, soit 50% de plus qu'en 2003 ⁶. Toutefois, le thème reste trop sensible et les risques trop grands pour la rédaction pour publier ce type d'information qui contredit le discours officiel sur une Chine harmonieuse. Par ailleurs, le public urbain, masculin et de niveau social élevé ciblé par le *Dongfang* ne l'encourage pas à rendre compte de ce thème d'actualité, et encore moins, à reproduire la parole d'ouvriers et d'ouvrières.

b) Expulsions sans images

Autre sujet sensible, les expulsions d'habitants de Shanghai engendrés par le boom de l'immobilier, les projets urbanistiques la municipalité et la préparation de l'exposition universelle de 2010 sont totalement passés sous silence. Elles touchent pourtant des dizaines de milliers de familles obligées de quitter leurs vieux logements en centre ville pour de nouvelles résidences en périphérie. C'est notamment le cas dans le cadre de la construction de l'Exposition universelle de 2010. Ces expulsions sont dédommagées. Elles sont acceptées par une partie des personnes concernées qui y voient l'occasion d'abandonner un logement insalubre pour un appartement neuf et moderne. D'autres s'estiment lésées, mais elles ne peuvent contester les décisions des autorités et sont parfois expulsées de force. Les photographes du *Dongfang* ont connaissance de ces faits et certains les documentent à titre privé en sachant que le journal ne publiera pas ces clichés.

c) Sélectivité des cas de corruption

Les assurances médicales et les retraites constituent un sujet très sensible à Shanghai en raison de l'implication des hauts responsables du Parti communiste et de la municipalité dans des détournements de fonds. Zhu Junyi, responsable

⁶ Chine nouvelle, « *China strive to handle mass incidents* », 9 décembre 2006.

du bureau du travail et de la sécurité sociale de Shanghai et des pensions de retraites est arrêté pour corruption en septembre 2006. La même affaire conduit aussi à l'arrestation de Chen Liangyu, le chef du Parti communiste de Shanghai. Le journal évoque la condamnation de Zhu Junyi dans un article sans photo, le 27 septembre 2007. Cependant, le sujet des assurances médicales et des retraites est toujours abordé en couverture sous une forme favorable au pouvoir. Le message consiste à dire que le pouvoir fait le ménage pour le bien du peuple. D'ailleurs, ces affaires ne sont évoquées que lorsque le Parti communiste décide de les rendre publiques dans le cadre de sa politique de lutte contre la corruption.

Le terme de corruption est tout particulièrement sensible comme le montre l'emploi particulier qu'en fait le journal. Ainsi, le terme est utilisé 4 fois dans des titres d'articles sans photo. Dans trois cas, il s'agit de déclarations d'intentions des autorités de lutter contre la corruption. La quatrième fois, il désigne l'accusation portée contre Zhu Junyi. Il n'est pas utilisé dans les titres pour qualifier les crimes reprochés à Chen Liangyu. L'accusation de corruption plane aussi dans l'affaire de la briqueterie du Shanxi qui retenait des ouvriers comme esclaves avec la complicité des cadres locaux. Le journal accorde la photo principale aux cinq principaux accusés lors de leur présentation au tribunal, le 5 juillet 2007. Sous la forme d'une caricature, le *Dongfang* s'en prend le 10 juillet 2007 à la commission locale chargée de contrôler les briqueteries mais qui n'avait pas signalé les cas de travaux forcés. De cette façon, le journal critique les cadres locaux qui négligent leurs devoirs ou bien sont corrompus mais il n'interroge pas les responsabilités des rangs plus élevés de la hiérarchie administrative et politique.

d) Délinquance inexistante

Crimes, délits, accidents de circulation, etc., toutes les nouvelles souvent tragiques qui n'entrent pas dans le classement des grandes rubriques et que les

journaux regroupent sous l'appellation de faits divers jouent un rôle important dans la presse occidentale en raison de leur caractère sensationnel et parce que le public les plébiscite. Il n'en est pas le même dans le *Dongfang*. Les faits divers ne représentent qu'une faible part de l'actualité documentée en image : 6% des photos en 2003, 7% en 2005 et seulement 1% en 2007.

Le *Dongfang* ne publie aucune information en page de couverture sur les crimes, la délinquance, la drogue, le sexe. Comme si cette actualité n'existait pas dans une mégapole de près de 20 millions d'habitants. Pourtant le public se montre demandeur de ce type de nouvelles. D'ailleurs il peut les trouver en plus grand nombre dans d'autres publications que le *Dongfang*. Mais chez ce dernier, la publication de faits divers se heurtent à deux difficultés : une propre au journal, l'autre externe. Les journalistes expriment en effet une réticence devant les faits divers. Se voulant journal de qualité, le *Dongfang* doit limiter la place qu'il accorde à cette actualité, estiment-ils. La deuxième raison tient à l'interférence du Département de la propagande. Sous l'argument d'éviter l'expression de la vulgarité, il restreint le traitement de ces thèmes. Les médias ne doivent pas faire de publicité aux violences urbaines, mais donner l'image d'une société harmonieuse.

Du coup, ne subsistent dans le registre des faits divers que des accidents de circulation, des chutes mortelles de bâtiments et des noyades. Des faits qui s'apparentent davantage à des fatalités qu'à des violences exercées volontairement. De plus, ils sont parfois le prétexte de récit héroïques lorsque, par exemple, un passant sauve une fille de la noyade.

e) Aucun écart de richesse

« *Enrichissez-vous !* » lançait Deng Xiaoping, l'artisan des réformes économiques chinoises. Dans la course à l'enrichissement certains avanceraient plus vite que les autres, expliquait le Parti communiste, mais tout le monde

finirait par en profiter. En échange de quoi, le Parti communiste peut rester au pouvoir. Tel est le pacte implicite passé par le pouvoir avec sa population. Il apparaît cependant que la Chine est devenue l'un des pays les plus inégalitaires au monde. Et qu'une partie de la population ne profite pas de l'enrichissement du pays. Licenciés des entreprises d'Etat, paysans sans ressources abondent tandis qu'à l'autre bout de l'échelle des revenus les nouveaux riches flambent leur argent. Réconcilier ces deux réalités et convaincre les premiers de leur intérêt à ne pas manifester leur mécontentement contre les seconds, constitue un défi pour le Parti communiste. Du coup, le thème des écarts de richesse est sensible. Le *Dongfang* ne publie aucune image qui évoquerait la pauvreté d'une frange de la population ou bien la dégradation de ses conditions de vie.

Cette discrétion recoupe celle du journal sur le monde du travail. L'examen des professions a montré que ouvriers et paysans ne sont que rarement présents en image. Or c'est sont justement ces catégories de personnes dont les revenus augmentent beaucoup moins vite que ceux des nouveaux riches, voire diminuent.

Si l'insensibilité du *Dongfang* au thème de la pauvreté et des écarts de richesse satisfait le crédo des autorités, elle convient sans doute tout aussi à une grande partie de son lectorat. Constitué des classes moyennes et supérieures de Shanghai, celui-ci ne porte pas un grand intérêt à la réduction des écarts de richesses puisqu'il se trouve du côté des gagnants de la croissance chinoise. C'est pourquoi le journal se suit de près les discussions sur le niveau de l'impôt sur le revenu, mais ne parle pas de ceux qui n'auront de toute façon pas de revenus à déclarer aux impôts.

f) Pas d'élections en vue en Chine

Dans le domaine du vocabulaire strictement politique, le terme de démocratie n'est mentionné qu'une seule fois dans la période étudiée, le 19 octobre 2005, à

l'occasion de la publication par le gouvernement chinois d'un Livre blanc sur la démocratie qui présente l'objectif de réaliser une « *démocratie politique et sociale* ». L'information est traitée dans un article principal sans illustration des symboles courant en Occident de la démocratie, soit par exemple un Parlement ou bien une urne électorale. Comme si la prétention à l'existence d'une forme de démocratie en Chine restait purement verbale et ne trouve pas d'expression imagée. Le terme de dictature est totalement absent.

Le terme d'élection apparaît 7 fois, dont 4 pour une actualité étrangère. Par exemple, le 11 octobre 2005, le *Dongfang* publie un photomontage sur lequel on voit ensemble Gerhard Schröder et Angela Merkel, au lendemain de la désignation de cette dernière comme Chancelière allemande. Le premier est montré de dos, sur le départ, la deuxième de face, en train d'accéder au pouvoir. Le terme d'élection est aussi utilisé deux fois par Hu Jintao lors de ses félicitations adressées aux chefs des partis nationaliste et Qinmin de Taiwan, tous deux réputés favorables à un rapprochement avec le continent.

La seule fois où le terme est employé pour une actualité électorale chinoise, c'est à l'occasion de la désignation du successeur du chef du village de Huaxi, le 7 juillet 2003. Situé dans la province du Jiangsu, à proximité de Shanghai, Huaxi est présenté par la propagande comme le village le plus riche de Chine. Il a le titre de village modèle d'État. En juillet 2003, Wu Renbao, le chef local du Parti communiste prend sa retraite. Il est remplacé par l'un de ses fils. Maquiller une succession héréditaire sous une procédure électorale permet de faire aussi de Huaxi un modèle de démocratie chinoise.

En août 2005, la désignation par les téléspectateurs de Li Yichun comme gagnante du concours de la Super voix aurait pu donner lieu à l'emploi du terme d'élection. Mais le journal évite prudemment le mot et titre, le 25 août 2005, sur le fait que « *La gagnante de la "Super voix" sera déterminée par SMS* ». Or c'est justement le fait que la gagnante du concours soit désignée dans le cadre

d'une procédure de vote qui fait une part du succès de l'émission et provoque par la suite sa condamnation par le Département de la propagande.

Même si le mot de dictature n'est jamais utilisé, la fréquence d'emploi des termes désignant les différentes composantes du pouvoir chinois traduit une nette hiérarchie. Le Parti communiste domine le vocabulaire du pouvoir avec 36 mentions dans les titres contre 21 pour le gouvernement et seulement 2 pour le Parlement. Il est vrai que le corpus étudié ne porte pas sur les éditions des mois de mars durant lesquels le Parlement chinois tient sa session annuelle. Mais sa quasi absence des titres durant les mois pris en compte reflète son rang marginal. En revanche, la Commission de la réforme et du développement national (CRDN) a droit à trois mentions. Rattaché au gouvernement, la CRDN a succédé à la Commission au plan et est chargée de la prospective.

D. Les symptômes de contraintes

Par delà les rubriques, les figures de l'actualité et les mots-clés, l'observation de la page de couverture met en lumière des tendances lourdes dans la mise en scène de l'information. La fréquente absence de la mention de l'origine des photos, la baisse du nombre de reportages d'investigation, la multiplication des faux titres, la montée du nationalisme : autant de symptômes de contraintes extérieures qui pèsent sur le journal.

1) Le masque des crédits photos

Il est d'usage dans la presse d'actualité de préciser l'origine des photos publiées. Cette indication prend la forme d'un crédit photo inséré sur un côté ou en dessous de l'image. Il permet au lecteur de connaître l'auteur de la photo ou la société qui la produite ; à ces derniers, il permet de comptabiliser le nombre de

leurs images publiées dans les journaux. Le *Dongfang* applique cette procédure, mais d'une façon partielle en raison du contexte chinois.

Les trois photos du bandeau ne sont pas prises en compte dans cette comptabilité. D'un petit format, elles ne comportent pas le crédit photo, mais elles sont reproduites en plus grand à l'intérieur du journal, le plus souvent avec la mention de l'origine. De ce point de vue, le *Dongfang* ne se distingue pas des autres journaux comme le *Guardian* qui recourent aussi à des photos en bandeaux. L'estimation de l'origine des photos ne porte donc que sur la photo principale et sur les autres photos de la page de couverture.

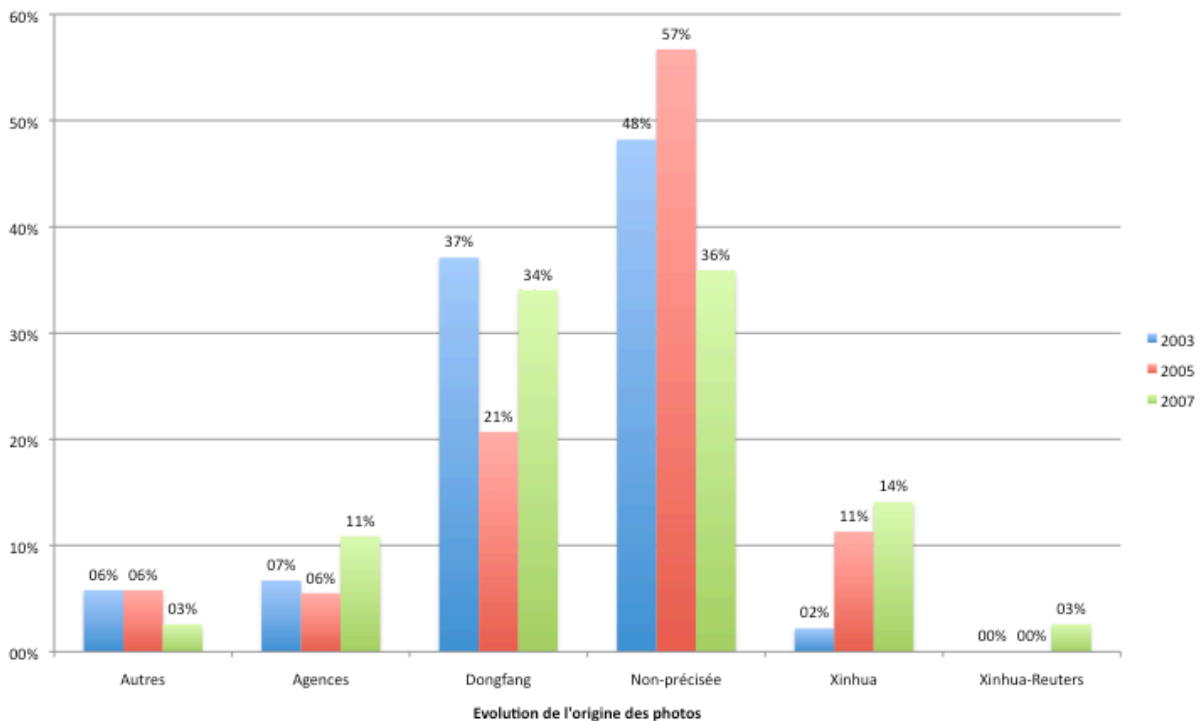
a) Des photos à peu de crédit

Sur la moyenne des trois années étudiées, seule à peine la moitié des photos en page de couverture du *Dongfang* comportent un crédit : 49% ne donnent aucune précision sur leurs origines. Ce taux atteint 57% en 2005, avant de descendre à 36% en 2007. Cette année, la part des photos attribuées aux photographes du journal fait presque jeu égal avec 34%. La part des photos de l'agence Chine nouvelle augmente chaque année : d'à peine 2% en 2003, elle atteint 11% en 2005 et 14% en 2007. Les photos des agences regroupent celles des agences de presse étrangères aussi bien que des agences photos chinoises (surtout Photocom et ImagineChina). La catégorie Autres concerne des images reprises sur Internet sans que son auteur ne soit identifié, soit des images fournies par d'autres médias commercialisés dans le cadre de l'Union des médias audiovisuels de Chine (中国新锐媒体视觉联盟简介).

La moyenne cache de fortes disparités selon la photo principale et les autres photos. Du côté des seules photos principales, la tendance est à une nette baisse de la part de celles sans indications de leur origine : de 57% de photos non créditées en 2003, le journal passe à 16% en 2007. En revanche, celles des photographes du *Dongfang* et des agences augmentent. La situation est exactement contraire dans le cas des autres photos. Là, la part de photos sans

crédits double de 41% à 88%, tandis que celle attribuée aux photographes du *Dongfang* s'effondre de 43% en 2003 à 2% en 2007 et que celle des agence faiblit également.

Tableau 15 : Origines des photos



Deux paramètres principaux expliquent ces chiffres et leurs évolution : l'origine étrangère ou non des photos, l'évolution de la formule du journal.

b) Cacher l'origine étrangère

L'absence de crédits photos est en nette corrélation avec la rubrique internationale. Sur l'ensemble des trois années étudiées, 66% des photos non créditées se réfèrent à l'actualité internationale. En réalité, la corrélation entre l'absence de crédit photo et l'origine internationale de l'information est encore plus forte car les événements des rubriques Culture et Sports concernent souvent l'étranger.

Les pouvoirs de Chine nouvelle expliquent cette situation. Jusqu'en 2008 l'agence officielle dispose d'un monopole légal sur la diffusion en Chine de nouvelles internationales. En principe, toutes les dépêches et photos d'origine étrangères doivent transiter par son filtre avant d'être diffusées en Chine. L'accord conclu à l'Organisation mondiale du commerce, en novembre 2008, met fin à ce monopole.

Mais longtemps déjà avant ces changements réglementaires, de nombreux médias chinois contournent la règle dans le souci d'accéder à davantage d'informations et de plus grande qualité que celles que diffusent Chine nouvelle. « *Nous n'avons en principe pas le droit d'acheter des photos à des agences de presse étrangères, pourtant nous le faisons* », explique Chang He, directeur du Centre visuel du *Dongfang*. Grâce à internet, le journal consulte et achète des photos directement aux agences de presse étrangères, soit il passe par l'intermédiaire des agences photo chinoises nées ces dernières années, notamment ImagineChina et Photocome. Si la pratique des journaux s'est ainsi éloignée des principes édictés par Chine nouvelle, elle reste cependant dans le domaine du "gris" : ni vraiment interdite, ni réellement tolérée. Chine nouvelle garde assez de pouvoir pour dénoncer les journaux qui font preuve d'une trop grande indépendance éditoriale, notamment s'ils publient des photos qui contredit au crédo du Département de la propagande. Pour se protéger de l'éventuel courroux de Chine nouvelles, les journaux comme le *Dongfang* masquent l'origine des photos quand elles viennent directement de l'étranger. « *Nous n'inscrivons pas l'origine de la photo pour que Chine nouvelle ne puisse pas nous reprocher de les acheter directement aux agences de presse étrangère* », résume Chang He.

En 2007, le *Dongfang* a un accord avec l'agence Reuters et utilise aussi au coup par coup des photos de l'AFP et de AP. Des statistiques réalisées par le Centre visuel du *Dongfang* confirment l'ampleur de la pratique. Par exemple, sur les 412 photos publiées par le *Dongfang* dans l'ensemble de ces pages du 24 au 31

octobre 2005, 7% proviennent de Reuters et 8% de l'AFP. Pourtant, dans les pages en question, ces photos ne sont pas créditées.

c) Les effets de la nouvelle formule

Entre 2003 et 2007, la part des images attribuées à des photographes du *Dongfang* augmente parmi les photos principales (30% et 46%). Dans cet emplacement, ceux-ci profitent de l'évolution de la ligne éditoriale du journal qui accorde davantage de place à l'actualité locale à partir de 2005. En revanche, les photographes du *Dongfang* payent par un effondrement de leur part parmi les autres photos l'adoption d'une nouvelle maquette en octobre 2006. Les photos qui leur sont attribuées chutent de 24% en 2005 à seulement 2% en 2007. La raison en est que le nombre de photos paraissant chaque jour en page de couverture est lui-même en forte baisse. En 2003, le *Dongfang* publie en moyenne 1,3 autres photo par page de couverture et 1,4 en 2005, mais seulement 0,4 en 2007. En effet, la réduction du format du journal oblige à baisser le nombre d'articles et de photos. D'autant plus que la publicité est en 2007 plus abondante qu'en 2005 en raison de l'augmentation de la diffusion du journal. Chine nouvelle profite aussi de l'évolution éditoriale. Sa part passe d'un maigre 1% des photos principales en 2003 à 21% en 2005 et 17% en 2007. Sur la totalité des photos, la part de celles créditées de Chine nouvelle passe de 2% en 2003 à 14% en 2007.

Sur l'ensemble des photos, l'addition de celles attribuées au *Dongfang* et à Chine nouvelle passe de 39% en 2003 à 48% des photos en 2007. Cette évolution souligne l'intérêt accru du *Dongfang* pour les nouvelles de Chine et de Shanghai en 2007 par rapport aux années précédentes.

2) Le recul de l'investigation

Les reportages d'investigation consistent en un long travail de recherche, de vérification, pour porter à la connaissance du public des informations que des

sources peuvent avoir intérêt à garder secrètes. Souvent considéré comme la partie la plus noble du travail journalistique, ils permettent à un média commercialisé de se distinguer de ses concurrents, d'augmenter ses ventes et d'attirer davantage de publicités. Des observateurs voient dans l'augmentation du nombre de reportages d'investigation dans les médias chinois une indication claire de leur évolution vers davantage de professionnalisme. « *Il est vrai que les journalistes chinois évitent de traiter des plus grands requins, mais avec courage et ténacité ils terrorisent les cœurs de puissants despotes locaux* », souligne Hugo de Burgh dans le cadre d'une étude sur une émission d'investigation de la télévision chinoise ⁷. Les reportages d'investigation sont couramment pratiqués par les publications commercialisées, notamment celles du groupe Nanfang de Canton (*Nanfang Dushibao*, *Nanfang Zhoumo*). C'est donc sans surprise que le *Dongfang*, crée en partenariat avec le groupe Nanfang, s'avère adepte du reportage d'investigation. Sur sa page de couverture, la part d'articles relevant du genre se monte à 5% en 2003. Ils bénéficient d'une prime à l'image puisque leur part dans les photos principales est de 7%. Mais dès le retrait du *Dongfang* du groupe de presse cantonais, le journal réduit la publication de reportages d'investigation. La proportion de reportages d'investigation chute alors à 1% du total des articles de la page de couverture. Le genre disparaît purement et simplement sur la page de couverture en 2007. En 2003, les reportages d'investigation s'appliquent aussi bien aux informations internationales que chinoises. Dans le domaine de l'actualité internationale, le journal réalise des interviews téléphoniques de responsables étrangers lors de grands événements internationaux, comme lors de l'attentat contre le siège de l'ONU à Bagdad, le 19 août. Une semaine plus tard, le 28 août, le journal dépêche un envoyé spécial à Pékin pour rendre compte des discussions entre six

⁷ Hugo de Burgh : « China Syndrome », dans *New Humanist*, May/June 2005, Volume 120, Issue3.

pays au sujet de la Corée du Nord. En défiant de la sorte le monopole de l'agence Chine nouvelle sur l'actualité internationale diffusée en Chine, le *Dongfang* élargit les sources d'information de ses lecteurs et leur permet de comparer la position officielle chinoise avec les propos tenus par des responsables étrangers.

Sur le territoire de Shanghai, une enquête illustrée de photos prises clandestinement prouve, le 29 juillet 2003, qu'à Tongchuan, sur le principal marché de fruits de mer de Shanghai, les vendeurs ne respectent pas les règles sanitaires. Le journaliste du *Dongfang* constate que des commerçants écoulent des écrevisses mortes alors qu'elles sont impropres à la consommation. Ce reportage constitue une critique implicite de l'action de la municipalité puisque ce sont ses services sanitaires qui doivent veiller à l'hygiène des produits alimentaires consommés par les Shanghaiens. Il viole ainsi une des principales règles de la discipline de propagande édictée en 1953, et toujours valables, selon laquelle un organe de presse ne doit pas formuler de critique à l'encontre d'un comité de Parti dont il dépend.

Toujours à Shanghai, alors que la municipalité envisage d'interdire les petits restaurants de rue, le *Dongfang* témoigne de l'attachement que leur porte les consommateurs. Quand la municipalité annonce le retrait de son projet, le journal affirme en surtitre que cette décision a été prise « *Suite à une série de reportages du Dongfang* » (29 septembre 2003). La prétention à l'exercice d'une sorte de contre-pouvoir qu'implique cette affirmation pèse lourd dans la décision des autorités de Shanghai de provoquer le départ du groupe Nanfang du *Dongfang*.

De fait, les reportages d'investigation disparaissent quasiment de la page de couverture après le départ du groupe Nanfang. Seul maître du journal à partir de l'automne 2003, le groupe de presse Wenxin, contrôlés par les autorités de Shanghai, évite de heurter ses mentors politiques. Toutefois, le succès de la relance du journal, en octobre 2006, conduit à un regain d'intérêt pour le

reportage d'investigation. C'est ainsi que le 11 septembre 2008, le *Dongfang*, sous la plume du journaliste Jian Guangzhou, est le premier journal chinois à donner le nom de l'entreprise Sanlu impliquée dans la fabrication de lait en poudre avec de la mélanine.

La variation dans la proportion des reportages d'investigation ne masque cependant pas que le genre prend toujours pour cible des responsables de niveaux modestes dans la hiérarchie du pouvoir chinois. Jamais ils ne visent des responsables nationaux ou bien les plus hautes autorités de Shanghai.

Comme le rappelle Hugo de Burgh, il est une différence fondamentale entre le modèle chinois de reportages d'investigation et celui en vigueur dans pays démocratique comme la Grande-Bretagne : *« les journalistes britanniques gardent à l'esprit les responsables ultimes – haut fonctionnaires, dirigeants de l'économie, hommes politiques – et vont essayer de les épingle. Les Chinois se contentent d'exposer le problème et, mis à part un résumé final dans lequel ils pressent les organes gouvernementaux de prêter attention à leurs découvertes et de ne pas commettre de nouvelles erreurs – ils ne généralisent pas. »*⁸ Symptomatique de cette politique des deux poids, deux mesures, le *Dongfang* n'a publié aucun reportage d'investigation au sujet de la principale affaire politico-judiciaire de la période : l'arrestation pour détournement de fonds du secrétaire général du Parti communiste de Shanghai, Chen Liangyu. Pourtant, près d'un an avant l'arrestation du principal responsable politique de Shanghai, ses journalistes devinaient qu'il était dans le collimateur du pouvoir car le Département de la propagande interdisait déjà de publier sa photo en page de couverture. Si tant est que le *Dongfang* avait envisagé d'enquêter sur l'affaire Chen Liangyu, le principe de relecture de l'article par l'organisme ou le responsable incriminé aurait de toute façon empêché toute publication.

Encadré de la sorte, la philosophie chinoise du reportage d'investigation est

⁸ Hugo de Burgh, *op.cit.*

autant de servir le public que le niveau hiérarchique supérieur du pouvoir. La notion de « *supervision par l'opinion publique* » (舆论监督) développée par le Parti communiste rend compte de l'ambiguïté du genre. Le public est satisfait de voir exposer les méfaits de responsables locaux quand le pouvoir supérieur use des médias pour contrôler les fonctionnaires. « *Les médias qui s'adonnent à la supervision des autorités doivent être très prudents dans leur choix de cibles, souligne Zhao Yuezhi. En particulier, ils doivent s'assurer que leur sélection et leur récit d'un sujet spécifique ne provoque pas l'audience et ne met pas en péril la stabilité sociale, objectif suprême de la direction du Parti.* »⁹

Dans ce contexte, le journalisme d'investigation chinois ne se conçoit pas dans une opposition avec le pouvoir du Parti communiste, mais comme son allié en prenant comme cible des autorités locales. Il met en lumière des violations de politiques du Parti communiste, mais ne critique pas les politiques elles-mêmes. « *Le journalisme d'investigation est un domaine dans lequel les intérêts du Parti et celui du public se rejoignent, affirme Zhao Yuezhi. L'impératif de légitimité de la direction du Parti recoupe l'impératif de crédibilité des médias d'information commercialisés et l'impératif professionnel et social des journalistes.* » Pour sa part, Hugo de Burgh indique que « *le gouvernement veut avoir des fonctionnaires honnêtes pour courber l'exploitation des sans voix et réduire le mécontentement (...). Le journalisme d'investigation, en exposant et en attirant l'attention sur la façon dont l'autorité s'avère incapable de répondre aux attentes, aide le développement politique et représente les intérêts populaires* ».

Toutefois, ce compromis entre les vertus professionnelles du journalisme d'investigation et les intérêts bien compris de la direction du Parti

⁹ Zhao Yuezhi : « Watchdogs on Party Leashes? Contexts and implications of investigative journalism in post-Deng China », *Journalism Studies*, Volume 1 n°4, novembre 2000, p. 585.

communiste n'empêche pas les conflits et contradictions au cas par cas. Soit les autorités locales mises en cause par une enquête s'en prennent aux journalistes, soit ces derniers tentent de s'affranchir de la règle qui interdit de remettre en cause les dogmes du Parti communiste. Malheureusement pour le *Dongfang*, aux yeux du Parti communiste de Shanghai, même la supervision de ses fonctionnaires locaux lui est déjà insupportable.

3) La courbette des « faux titres »

Autre évolution intervenue entre 2003 et 2007, l'insertion plus fréquente d'un faux titre (*jia toutiao* – 假头条). Pratiquée seulement 3 fois en 2003, l'insertion d'un faux titre est réalisée à 17 reprises en 2005 et 30 fois en 2007. Il n'est jamais accompagné d'une photo et renvoie toujours à un article en pages intérieures. Inséré entre le nom du journal et le titre principal de la Une, il est composé dans une force de corps inférieure à ces derniers.

L'emplacement et la force de corps particuliers du faux titre en font un objet bâtard de la mise en page. D'où l'appellation peu flatteuse dont l'affublent les journalistes. Le concept de faux titre s'oppose à celui de titre principal (*toutiao* - 头条). La logique de la hiérarchie informative voudrait que le titre principal ouvre la page de couverture et soit placé juste en dessous du nom du journal. Mais il en est chassé les jours où le *Dongfang* insère des faux titres.

Cet illogisme de la mise en page s'explique par les sujets abordés. Les faux titres portent tous sur les décisions nationales du Parti communiste ou du gouvernement ou bien sur les activités des dirigeants nationaux chinois. Dans la moitié des cas, il s'agit des activités de Hu Jintao. Par exemple, le 10 septembre 2007, le journal insère le faux titre « *Hu Jintao reçoit Shinzo Abe et l'invite à revenir cette année* ». En dessous, au centre, la photo principale est consacrée au réalisateur Ang Lee qui obtient le Lion d'or au festival de Venise pour le film *Lust Caution* ; en-dessous, à droite, le titre principal porte sur l'indice de la

bourse de Shanghai. Dans la terminologie des journalistes du *Dongfang*, les faux titres contiennent des “informations rouges“, politiques, par opposition aux “informations noires“, non politiques. Ils intéressent peu les lecteurs du *Dongfang* qui ne sont pas membres du Parti communiste ou bien fonctionnaires. Par contre, ces derniers peuvent y trouver des informations utiles pour leur travail sur les tendances politiques et les centres d’intérêt des dirigeants. Dans le cas du journal du 10 septembre 2007, les lecteurs populaires du *Dongfang* sont certainement plus intéressés par les évolutions de la bourse de Shanghai et par la victoire d’un taïwanais au festival de Venise que par le propos de Hu Jintao. D’autant plus que le style ampoulé, révérencieux, non journalistique du faux titre n’incite pas à la lecture. Toutefois, les membres du Parti communiste et les fonctionnaires de l’administration qui composent aussi une partie du lectorat du journal comprennent à la lecture du faux titre que le temps est à la réconciliation sino-japonaise après la période tendue de 2005.

L’augmentation de la proportion des faux titres entre 2003 et 2007 témoigne de la reprise en main du *Dongfang* par les autorités après sa période de semi-indépendance des débuts. Par ce moyen, la propagande s’assure que les messages essentiels de l’orthodoxie politique sont transmis aux lecteurs. Cependant, les faux titres s’apparentent aussi à une ruse de la mise en page : elle satisfait le Département de la propagande en propageant des “informations rouges“ auprès de la population, mais d’une façon qui laisse l’essentiel de la page de couverture disponible pour les “informations noires“ à valeur commerciale. Les journalistes du *Dongfang* en sont conscients qui soulignent qu’en termes de hiérarchie de lecture, les faux titres occupent des emplacements de peu de valeur : écrasés entre des éléments visuellement plus importants, imprimés dans une force de corps plus petite, ils n’ont que peu de chance d’attirer le regard du lecteur. Ils qualifient cet emplacement de trou (*kongzi* – 空子). Leurs informations seraient mieux valorisées si elles étaient placées en bas à droite, dans le tiroir de la page de couverture. Dénommé *dao toutiao*, cet

« emplacement accueille les informations qui racontent une histoire, par opposition au titre principal (*toutiao*) qui se concentre sur une information importante », selon un responsable de la mise en page du *Dongfang*. Cet emplacement est réputé garantir un plus grand taux de lecture car il correspond à l'endroit que le lecteur saisit des doigts pour tourner la page. Toutefois, cette hiérarchie de lecture des journaux commercialisés, valable dans le monde entier, contrevient au protocole du Département de la propagande qui considère que seul le haut de la page sied aux dirigeants chinois. Placer une information relative à ces derniers en bas de page reste pour lui un crime de lèse-majesté. Les faux titres peuvent donc s'interpréter de façon ambivalente. D'un côté, ils sont l'expression d'une distanciation du journal par rapport au pouvoir dans la mesure où les activités des dirigeants se voient allouer une surface réduite et dépourvue de photo. D'un autre côté, leur existence même et leur formulation condescendante rappellent le rôle de courroie de transmission du *Dongfang* pour le compte de la propagande. Ils sont comme une courbette du journal devant le Parti communiste. En définitive, les faux titres expriment la contradiction du *Dongfang* : à la fois la voix de son maître et le serviteur du public. Ils représentent une forme de compromis négocié entre la volonté d'informer le public et l'obligation de complaire à la propagande.

4) La montée du nationalisme

Le drapeau rouge symbolise le nationalisme chinois. La fréquence de son apparition sur la page de couverture du *Dongfang* permet donc de mesurer l'évolution du degré de nationalisme du journal. Il s'agit aussi bien du drapeau national frappé de cinq étoiles jaunes que de celui du Parti communiste avec le marteau et la faucille. Même si les deux drapeaux ne sont pas exactement les mêmes, leur dominante rouge permet de les regrouper dans la même catégorie. D'autant plus que le Parti communiste tire aujourd'hui davantage sa légitimité à diriger le pays de sa capacité à accroître la puissance et la richesse nationale que

de le conduire au socialisme. Par ailleurs, le décompte des couleurs nationales ne porte que sur les événements à connotation politique. Les images de sportifs chinois sont exclues. Bien que la catégorie des héros sportifs croît au fil des années et qu'elle joue aussi sur le registre nationaliste, elle n'est pas prise en compte ici car elle ressort tout autant de la volonté du journal d'augmenter la fréquence des images spectaculaires et de loisirs.

Au vu de la fréquence de publication de photos avec le drapeau rouge, le nationalisme est nettement à la hausse dans le *Dongfang* entre 2003 et 2007. En 2003, il apparaît 5 fois sur la page de couverture, mais 17 fois en 2003 et 16 fois en 2007. Dans presque tous les cas, il figure dans la photo principale. La période durant laquelle le *Dongfang* est codirigé par le groupe de presse Nanfang de Canton s'avère donc nettement la moins nationaliste.

L'envol dans l'espace de taïkonautes constitue le thème majeur des photos nationalistes en 2003 et 2005 (il n'y a pas de vol spatial habité chinois en 2007). Ces exploits technologiques flattent en effet la fierté nationale chinoise. Ils se présentent comme la preuve que la Chine rattrape les pays avancés et retrouve son rang de grande puissance mondiale.

En 2007, c'est l'actualité du 17^e congrès du Parti communiste qui domine. Dans ce cas, le drapeau rouge frappé du marteau et de la faucille remplace celui avec les cinq étoiles jaunes. Les éditions du 13 et du 16 octobre 2007 donnent lieu à la publication en photo principale de classiques de l'iconographie des grandes réunions politiques de pays socialistes : de face, sur fond de plantes et de drapeaux rouges, les principaux dirigeants chantent ou applaudissent. Ces images proviennent de Chine nouvelle et le journal est obligé par le Département de la propagande de les publier. Elles sont d'ailleurs aussi sur les Unes de autres journaux.

Enfin, les 1^{er} octobre, jours de la fête nationale chinoise, le *Dongfang* se doit de publier des photos principales à dominante rouge. Il le fait en 2003 et 2005, mais pas en 2007. Cette année, la préparation de la cérémonie d'ouverture des jeux

paralympiques de Shanghai lui donne un prétexte pour ne pas se soumettre au marronnier attendu par le Département de la propagande.

Les photos à caractère nationaliste listées ci-dessus expriment une forme apaisée de fierté patriotique. Elles ne sont pas dirigées contre un autre pays. Ce n'est pas le cas des photos nationalistes mettant en scène l'armée chinoise. En 2005, les manœuvres militaires communes entre la Chine et la Russie fournissent 4 photos principales. Or les observateurs ont souligné que les exercices de débarquement amphibie ne peuvent avoir comme cible réelle qu'une attaque de Taiwan par le continent. L'armée est encore valorisée, le 1^{er} août 2007, lors du 80^e anniversaire de la création de l'armée populaire de libération. L'événement est fêté avec la photo d'un fusil d'assaut kalachnikov drapé du drapeau rouge.

Les tensions avec le Japon servent aussi à promouvoir une forme agressive de nationalisme. Le 10 octobre 2003, le *Dongfang* publie la photo d'un bateau de pêche arborant 5 drapeaux rouges qui se dirige vers les îles Diaoyu. Situées entre Taiwan et l'archipel nippon, les Diaoyu (appelées îles Senkaku au Japon) sont contrôlés par Tokyo. Mais elles sont revendiquées par Pékin et Taïpeh. De fréquents accrochages y ont lieu entre pêcheurs chinois et japonais, parfois avec l'implication des marines des deux pays. Elles constituent un point d'abcès dont les nationalistes des deux pays se servent pour pourfendre la partie adverse.

En 2005, le *Dongfang* fait aussi écho à la vague nationaliste quand Pékin encourage sa population à manifester contre la candidature de Tokyo à un siège permanent au Conseil de sécurité des Nations Unies. À cette occasion, le journal publie une de ses très rares photos de manifestation, le 19 octobre 2005.

Cependant, il s'agit non pas d'une manifestation à Shanghai, mais à Tokyo contre la visite du premier japonais au sanctuaire de Yasukuni. De surcroît, le journal s'est vu interdire par le Département de la propagande de publier les photos les plus radicales des manifestations. Celles-ci dorment dans les disques dur des ordinateurs du service...

5) Le spectacle de l'actualité

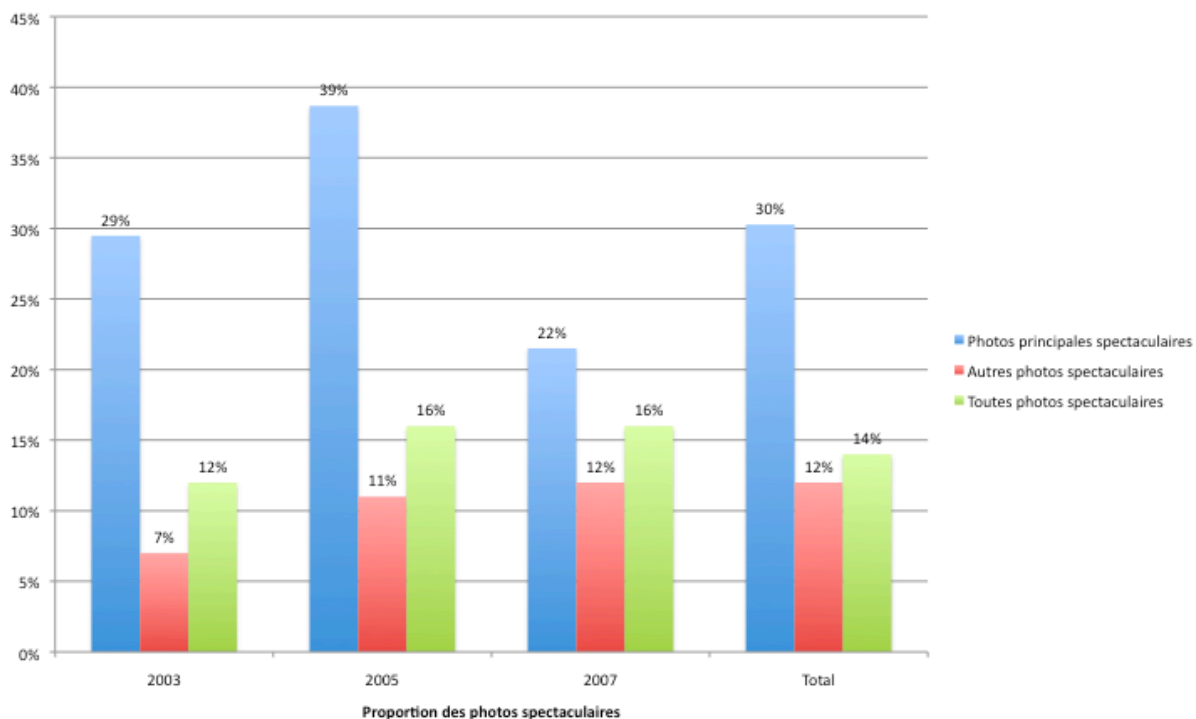
La publication de photos spectaculaires constitue un moyen d'attirer le lectorat. Les *dushibao* en tirent une partie de leur réussite commerciale. Dans le cas du *Dongfang*, l'examen de la figure des Drames effrayants, qui représente en moyenne 10% des images publiées, a déjà permis d'en cerner une partie. Mais toutes les photos de la figure des Drames effrayants ne sont pas spectaculaires tandis que des photos classées dans d'autres figures le sont. Un décompte précis du nombre de photos spectaculaires doit donc être transversal à toutes les figures et éliminer celles qui se raccrochent à une actualité dramatique mais ne présentent pas un aspect spectaculaire. Ce décompte concerne toutes les photos spectaculaires d'accidents, d'attentats, de catastrophes naturelles, de conflits armés, de conquête spatiale, de prévention, de météo, de sport. L'ensemble de ces photos représente 14% des images du *Dongfang* sur la moyenne des trois années étudiées. Le taux de photos spectaculaires augmente légèrement avec le temps : il est de 12% en 2003 et 16% en 2005 et 2007.

Les photos principales sont de caractère nettement plus spectaculaires que les autres photos. Alors que les premières affichent un taux de 30% en moyenne, les secondes atteignent seulement 12%. L'écart le plus important se situe en 2005 quand le *Dongfang* consacre 39% de ses photos principales à des scènes spectaculaires.

Le détail des photos spectaculaires montre une augmentation régulière de celle relative à des accidents et à des catastrophes naturelles. De 13% en 2003, les photos d'accidents représentent 25% en 2007, tandis que les photos de catastrophes passent de 9% en 2003 à 17% en 2007. Cette évolution est à rapprocher du changement de réglementation intervenu en septembre 2005 quand le gouvernement a décidé de ne plus considérer comme secret d'Etat le nombre de morts dans des catastrophes naturelles. Les photos spectaculaires de sport représentent près d'un quart du total, mais leur proportion baisse

fortement : de 38% du total, elle n'en génère plus que 13% en 2005 et 25% en 2007.

Tableau 16 : La proportion de photos spectaculaires



La publication de photos spectaculaires par les journaux est souvent critiquée pour favoriser une représentation superficielle et brutale de l'actualité dans laquelle l'immédiatement visible est privilégié au détriment de la compréhension des évolutions de fond. Le *Dongfang* se prête à cette critique en 2005. Rien dans l'actualité de cette année ne justifie que le taux de photos spectaculaires, notamment dans l'emplacement de la photo principale, augmente de 10% par rapport à 2003. Il s'agit donc clairement d'un choix rédactionnel de favoriser ce genre de photos au moment où le journal se débat dans des difficultés financières.

La critique doit cependant rester nuancée. D'une part, le taux de photos spectaculaires publiées par le *Dongfang* ne dépasse jamais les 16%, aussi bien

en 2005 qu'après l'adoption de la nouvelle formule en octobre 2006. Si au plan du format, la nouvelle maquette est celle d'un tabloïd, du point de vue du contenu des photos publiées, le journal ne le devient pas.

Par ailleurs, en contexte chinois, la publication de photos spectaculaires reste une innovation des années quatre-vingt-dix. Avant que les journaux commercialisés n'adoptent le genre, les événements dramatiques n'étaient le plus souvent pas communiqués au public. La publication de photos spectaculaires relatives à des accidents, des catastrophes, des événements météorologiques extrêmes, etc. contribue donc à une meilleure information du public.

E. Les degrés de photogénie

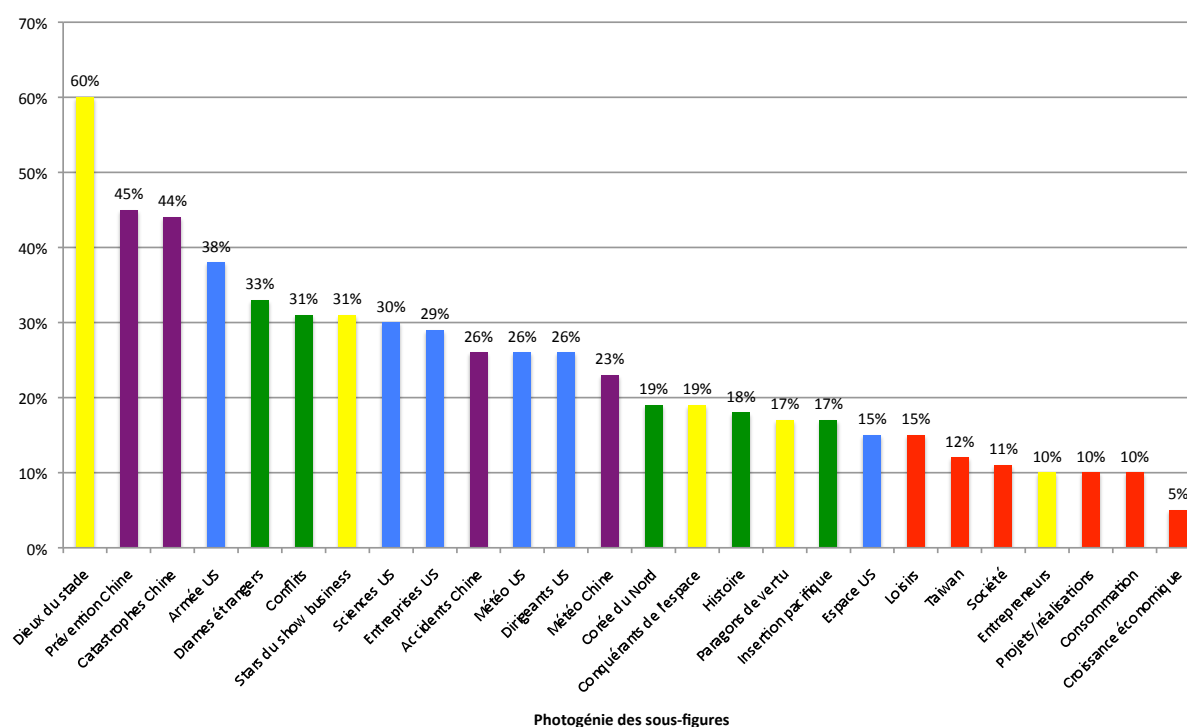
La probabilité pour un événement d'actualité de bénéficier d'une représentation iconographique dans le *Dongfang* est variable selon les sujets traités. Leur degré de photogénie peut s'évaluer de deux façons : d'une part, par la proportion de photos principales par rapport à la totalité des sujets, d'autre part par la proportion d'articles accompagnés de photos par rapport à ceux sans illustration.

1) Primes aux rubriques International, Culture et Sport

La rubrique des nouvelles internationales est celle qui accorde la plus grande proportion de ses sujets à la photo principale. Avec 21% de photos principales sur les trois années étudiées, elle précède de 4 points la rubrique de la Chine. Ces chiffres confirment le rôle de fenêtre sur l'actualité internationale conférée par le journal à la photo principale. Cependant la moyenne des trois années masque un retournement de tendance en 2007 : cette année la rubrique internationale dégringole à la septième place pour la proportion de photos

principales parmi ses sujets. Les rubriques Culture et Sport occupent alors la tête du classement. Ce changement dans la hiérarchie de la photogénie des rubriques est la conséquence de la nouvelle formule du journal adoptée en octobre 2006 qui revalorise les nouvelles locales et de loisirs au détriment de l'actualité étrangère et sérieuse. À noter que la rubrique Métropole n'arrive qu'en sixième position de ce classement. Les photos de l'actualité de Shanghai ne font donc pas l'objet d'une valorisation par l'emplacement de la photo principale.

Tableau 17 : Classement de la photogénie des sous-figures



Évaluée selon la proportion de sujets accompagnés de photos par rapport à ceux sans illustration, les rubriques Culture et Sport arrivent loin devant les autres. Seuls 9% et 10% de leurs articles ne comportent aucune photo. Leur primauté est constante sur les trois années étudiées. Alors qu'elle arrive en queue de peloton pour la proportion de photos principales, la rubrique Économie-finances

arrive en troisième position pour la photogénie globale. Mais elle perd sa place en 2007, victime, elle aussi, de la nouvelle formule du journal adoptée en 2006.

2) Des Drames bien vus

Sur la moyenne des trois années, la figure de l'actualité des Drames effrayants est celle qui décline ses sujets le plus souvent sous la forme d'une photo principale. Cette prééminence confirme l'importance qu'un journal commercialisé comme le *Dongfang* accorde à la couverture de ce type d'événements en raison de leur aspect émotionnel et de leur capacité à produire des images spectaculaires. D'ailleurs la part des photos principales dans cette figure augmente avec les années en même temps que le journal prend un tournant plus « populaire » : 24% en 2003, 31% en 2005 et 36% en 2007.

Les figures de la Fascination des Etats-Unis et du Monde violent arrivent deuxième ex-quo. Principale figure en nombre absolu de sujets traités, la figure de la Chine harmonieuse n'arrive qu'en cinquième position dans le classement des photos principales. Elle est victime des interdits de la propagande par rapport aux sujets potentiellement les plus photogéniques que constituent les faits divers violents, les conflits sociaux et manifestations. Quant à celle de la Direction éclairée, la plus politique de toutes, elle ferme la marche.

La hiérarchie de la photogénie des figures de l'actualité est sujette à bouleversements au fil des années. Celle des Héros prend une ampleur occupe la première place en 2007 alors qu'elle n'était que quatrième les années précédentes. Ce gain de place renvoie à l'augmentation du nombre de photographies de stars du show business. D'ailleurs, c'est la figure à laquelle le journal consacre le moins d'articles sans photos. En revanche, les figures de la Chine harmonieuse et de la Direction éclairée restent les moins photogéniques durant toute la période.

Placée en milieu de tableau en 2003, la figure de la fascination de Hong Kong ne bénéficie plus d'aucun droit à l'image en 2007. Sa perte de photogénie fait suite

au retrait du groupe de presse Nanfang. Mais elle le doit aussi à l'essoufflement des projets de coopération entre les municipalités de Shanghai et de Hong Kong dont le *Dongfang* avait beaucoup rendu compte en 2003.

3) Vive le spectaculaire

Dans l'ensemble, le classement général des sous-figures recoupe celui des figures. Cependant, de gros écarts existent en leur sein. Par exemple, au sein de la figure des Héros, la sous-figure des Dieux du stade présente un degré de photogénie pour la photo principale de 60%, soit plus du triple de celle des Parangons de vertu. On peut en déduire que les différents types de héros n'ont pas les mêmes droits à l'image. Le journal trie parmi les Héros ceux qui méritent le plus de figurer dans la photo principale. En la matière, son choix se porte sur les Héros les moins propagandistes, les plus divertissants, les plus spectaculaires. Mais aussi les plus jeunes, les plus beaux, ceux qui sont en meilleure santé.

Parmi les sous-figures des Drames effrayants, sur la moyenne des trois années, la photo principale s'avère nettement plus accueillante pour les catastrophes que pour les accidents. L'écart se réduit beaucoup certaines années, mais il reste toujours au bénéfice des catastrophes. Les natures des deux types d'événements expliquent cet écart. D'origines naturelles, ou bien attribuables à la nature, les catastrophes n'impliquent pas nécessairement de responsabilités humaines. En revanche, les accidents générés par l'homme posent toujours la question de la responsabilité. Les documenter peut s'avérer délicat.

Parmi les sous-figures du Monde violent, celle de l'Insertion pacifique de la Chine ferme la marche sur la moyenne des trois années. Mais cette moyenne masque une forte augmentation de sa photogénie. Alors qu'elle n'a droit qu'à un taux de 17% de photos principales en 2003, la sous-figure grimpe à 50% en 2007.

Quant aux sous-figures de la Fascination pour les Etats-Unis, on assiste à une permutation de leur degré de photogénie. En 2003 et 2005, les sous-figures des dirigeants et de l'armée sont bien plus présentes dans la photo principale que les autres. En revanche, elles cèdent le pas, en 2007, aux sous-figures de la science et des entreprises. S'il est vrai que la guerre en Irak justifiait une forte représentation de l'armée américaine en 2003 et 2005, il est probable qu'en 2007 joue aussi la volonté chinoise d'apaiser les États-Unis.

En raison de leur faible effectif, les sous-figures de la Fascination pour Hong Kong ne peuvent pas faire l'objet d'une exploitation statistique valable à ce niveau. Quant à celles de la Direction éclairée, elles présentent un résultat biaisé car toutes les photos de dirigeants chinois en droit à l'emplacement principal. Ce résultat extraordinaire ne doit rien à la photogénie des dirigeants chinois. Il n'est dû qu'aux règles du protocole propagandiste qui bannit la publication de photos de dirigeants chinois en d'autres emplacements de la page de couverture.

4) Un classement hybride

Le classement de la photogénie est un produit hybride car il est la combinaison de trois facteurs : la valeur informative des photos, leur degré de propagande, leur valeur de marchande. L'attribution de l'emplacement de la photo principale aux images dépend de la prise en compte de ces facteurs. Certaines sous-figures de l'actualité bénéficient d'une prime à la photo principale car la rédaction du *Dongfang* peut en exploiter la valeur informative. C'est le cas par exemple des photos de conflits à l'étranger. Certaines sous-figures profitent du soutien de la propagande, notamment celles de la Direction éclairée. D'autres correspondent aux attentes du marché, comme celle des catastrophes naturelles.

De façon générale les sous-figures affichant les degrés de photogénie les plus favorables se recrutent parmi celles qui traitent d'une actualité spectaculaire et/ou étrangère. Suivent celles en rapport avec les États-Unis, ce qui confirme la

fascination qu'exerce ce pays sur le *Dongfang*. Puis viennent les différents types de Héros chinois, loin devant les sous-figures de la Chine harmonieuse. La plus présente en volume des figures s'avère donc aussi la moins photogénique.

Ce classement peut aussi se lire comme une partie immergée de l'actualité. Il serait sans doute tout autre si le *Dongfang* disposait d'une plus grande liberté éditoriale. Dans ce cas, il valoriserait sans doute des images à forte valeur informative et marchande comme les photos de manifestations, de grèves, de faits divers survenant en Chine et à Shanghai.

Conclusions provisoires

L'observation statistique du poids des rubriques, des figures de l'actualité et des mots clés met à jour un net renforcement au fil des années de l'actualité chinoise au détriment de l'international sur la page de couverture du *Dongfang*. D'un journal de l'ouverture de la Chine sur l'étranger, en 2003, le *Dongfang* se mue au fil des années en un quotidien davantage tourné vers son territoire de diffusion. Ce changement de zones d'intérêt géographique recouvre des évolutions éditoriales, notamment la volonté de traiter davantage de nouvelles locales, spectaculaires, de loisirs et de divertissement conçues comme un moyen de parer aux difficultés économiques du journal. Spécialisé dans les informations économiques, financières et générales en 2003, le *Dongfang* ne l'est plus que dans les informations générales en 2007.

Aux raisons économiques de ces évolutions, l'examen détaillé des figures de l'actualité ajoute une explication politique. Les composantes de l'actualité qui bénéficient d'une couverture croissante par le *Dongfang* renvoient en effet à des priorités du Département de la propagande. C'est ainsi que s'éclaire l'augmentation du poids des figures de la Chine harmonieuse, de la Direction éclairée et des Héros. D'autres indicateurs confirment l'impression de moindre

autonomie éditoriale du *Dongfang* en 2007 par rapport à 2003. C'est surtout le cas de la baisse de fréquence des reportages d'investigation et la hausse du nombre des faux titres.

Toutefois, le renforcement du poids de l'actualité chinoise n'empêche pas le journal de continuer à consacrer une part importante de sa page de couverture aux événements internationaux. Cette caractéristique distingue le *Dongfang* des autres titres de la presse de Shanghai. L'examen des pages de couverture indique aussi d'autres permanences. En premier lieu, le silence du *Dongfang* sur des thèmes de conflictualité sociale et politique. Le journal décrit une Chine sans conflits, y compris en 2003. Par ailleurs, comme tous les journaux commercialisés, le *Dongfang* accorde une forte proportion de sa couverture iconographique à des événements spectaculaires et dramatiques.

La représentation des priorités du *Dongfang* sous la forme d'un triangle peut rendre compte des contraintes dans lesquels évolue sa rédaction. Celle-ci effectue ses choix dans l'actualité en fonction de trois paramètres : le degré de propagande, la valeur informative, la demande du marché. La demande du marché s'entend ici pour des informations spectaculaires et de proximité à la différence des informations sérieuses et de l'enquête. Cette distinction est quelque peu artificielle car, en réalité, le marché peut aussi être demandeur de reportages d'investigation.

Dans ce triangle, le sommet échoit au degré de propagande. Bien que n'étant pas un journal officiel du Parti communiste, le *Dongfang* se doit, en dernière instance, de respecter les ordres du Département de la propagande. Ce paramètre détermine la vitalité des deux autres : plus le degré de propagande est fort, moins la valeur informative est importante et moins la demande du marché est écoutée.

Cette situation de prééminence de la propagande n'empêche pas les évolutions. Le triangle est animé d'une dynamique comme le montre la variation des trois paramètres dans le temps. La valeur informative avait plus de poids en 2003 et a

faibli avec le départ du groupe de presse Nanfang. En 2005, la proportion de photos spectaculaires augmente dans le souci de répondre davantage à la demande du marché.

Par ailleurs, il subsiste des contradictions entre les sommets du triangle. En 2003, notamment, les enquêtes de la rédaction donnent lieu à publication de reportages à la forte valeur informative qui irritent les concepts de propagande comme l'entendent les autorités de Shanghai. Le retrait du groupe Nanfang prouve que les conflits entre la valeur informative et la discipline de propagande ne peuvent dépasser un certain seuil et que cette dernière finit par l'emporter. Enfin, il ne faut pas concevoir les angles du triangle comme étant nécessairement en opposition les uns par rapport aux autres. Les reportages d'investigation peuvent servir le pouvoir autant que manifester une autonomie des journalistes. Tel que la conçoivent les journalistes du *Dongfang*, la valeur informative ne s'oppose pas systématiquement à la discipline de la propagande. Les prochains chapitres permettront d'aborder ce point.

LA PRODUCTION DU CENTRE VISUEL

Comment les photos du *Dongfang* sont-elles produites ? Comment est organisé le Centre visuel et de quels équipements disposent ses employés ? Quelles sont les procédures de travail ? En quoi ressemblent-elles à celles des journalistes occidentaux ? De quelle façon la censure influence-t-elle le travail ?

De multiples séjours au sein de la rédaction du *Dongfang* fournissent des éléments de réponse. Ils ont notamment permis de comprendre l'organisation du Centre visuel, d'observer en temps réel le travail des photojournalistes et des éditeurs photo et d'analyser en détails le traitement de quelques événements de l'actualité. Un relevé du traitement de l'actualité chinoise et internationale par le *Dongfang* complète le chapitre.

A. Organisation et équipements du Centre visuel

1) Un service performant

Créé en 2003 et dirigé sans interruption depuis lors par Chang He, le Centre visuel du *Dongfang* est composé de quatre départements : photographie, édition photo, infographie, mise en page. En août 2007, il compte 27 employés : 9 photojournalistes (8 hommes et 1 femme), 6 éditeurs photos (3 hommes et 3 femmes), 2 infographistes, 10 maquettistes. L'effectif a fondu de près de moitié en quatre ans. En 2003, les photojournalistes étaient au nombre de 17 et les éditeurs photos 8.

Ces personnels disposent d'outils de travail modernes, adaptés et performants. Ils sont équivalents à ceux des journaux occidentaux. Les éditeurs photos utilisent des ordinateurs puissants capables de naviguer à grande vitesse dans l'offre de photo proposée sur internet par les agences de presse chinoises et

étrangères. Ce point est vital pour le journal car il l'affranchit de la dépendance technique vis à vis des photos de l'agence Chine nouvelle. Disposer d'un accès aisé et à haut débit à internet lui permet en effet d'accéder directement à l'offre de photos d'actualité proposée en ligne par les concurrents de Chine nouvelle. Toutefois, la fiabilité de la connexion internationale à internet est fragile. En cas de rupture du câble sous-marin au large de Shanghai, la connexion internationale à l'internet, notamment entre l'Asie et l'Amérique du Nord, est très ralentie. Dans ces cas, le journal ne peut plus télécharger les fichiers des agences de presse étrangères. Un incident de ce type est arrivé le 26 décembre 2006 suite à un séisme à Taiwan. Cette situation a rétabli pour un temps Chine nouvelle dans son ancien rôle d'intermédiaire obligé pour l'accès aux photos des agences de presse étrangères.

À leur retour au journal après les reportages, les photographes transfèrent l'ensemble des photos sur leurs ordinateurs. Puis ils opèrent un premier tri. En général, ils retiennent une douzaine de clichés et les visualise sur le logiciel FastStone Image Viewer. Ensuite, si besoin, ils retouchent la luminosité, le contraste et le cadrage sur le logiciel Photoshop. Le tri final effectué, ils transfèrent un panel de photos (5 à 8) sur le logiciel de gestion d'images Fotostation. Là, ils rédigent de courtes légendes informatives sur le lieu et la date de prise de l'image.

2) À l'école de Fotostation

L'acquisition par le *Dongfang* du logiciel Fotostation de traitement et de stockage de photos illustre sa volonté de disposer des meilleurs outils utilisés par la presse internationale. Le *Dongfang* est la première publication en Chine à acquérir le développé par la société norvégienne FotoWare. Ce logiciel est utilisé par plus de 400 clients dans le monde, principalement des publications et des agences de presse. En France, Fotostation est présent dans la presse quotidienne nationale (*Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*, *L'Équipe*, etc.), une

quinzaine de titres de la presse quotidienne régionale (*Dernières Nouvelles d'Alsace, La Dépêche du Midi, Ouest France, La Voix du Nord, etc.*), une dizaine de titres de la presse magazine (*L'Express, Le Journal du Dimanche, Paris Match, etc.*) et une dizaine d'agences de presse (Agence France-Presse, Gamma, Sygma, etc.).

Fotostation équipe aussi Getty Images et Corbis, les principales agences photos nord-américaines. Ainsi, la prétention du président de FotoWare, Ole Christian Frenning, semble fondée selon laquelle ses logiciels « *sont à présents considérés par beaucoup comme le standard "de facto" pour la gestion professionnelle et l'édition de contenus numérisés* »¹.

Elle même équipée du logiciel FotoStation, l'agence photo ImagineChina, à Shanghai, a convaincu le *Dongfang* de l'utiliser également. « *ImagineChina a fourni gratuitement le logiciel FotoStation au Dongfang ; de son côté, le Dongfang fournit des photos à ImagineChina et aide l'agence à améliorer le système* », résume Zan Kuang, vice-directeur de ImagineChina. Les discussions ont commencé en juin 2004, la mise en service du système a lieu en novembre 2004.

À l'époque, cet accord représentait un enjeu crucial pour les deux parties. Le *Dongfang* a ainsi pu acquérir une technologie étrangère de référence sans déboursier de l'argent. De son côté, ImagineChina s'ouvrait le marché des journaux chinois. « *Le Dongfang a été le premier client de ImagineChina* », se souvient Zan Kuang. Par la suite, ImagineChina est devenue une des principales agence photo en Chine. Elle vend aux médias étrangers des photos de Chine et vend aux médias chinois des photos de l'étranger. Outre les photos, ImagineChina vend aussi à des journaux chinois des versions de FotoStation améliorées grâce à l'expérience acquise avec le *Dongfang*. « *Aujourd'hui, ImagineChina continue de fournir au Dongfang une assistance technique pour la gestion de FotoStation et reçoit du journal une centaine de photos par jour.*

¹ Ole Christian Frenning, <http://www.fotoware.com/Contactus/AboutUs>

Nous en sélectionnons quelques dizaines », précise Zan Kuang.

Au *Dongfang*, le logiciel équipe tous les postes de travail du Centre visuel : ceux des photographes, des éditeurs photos, des maquettistes, des infographistes. Il est complété par le logiciel de retouche d'image Photoshop.

Toutes les photos du journal transitent par FotoStation, aussi bien celles produites par les photographes du journal que celles venant de sources extérieures. Ainsi, après avoir retouché son cliché sur le logiciel Photoshop, le photographe le transfère sur FotoStation. Il y ajoute un titre, une date, une légende. La photo rejoint alors la bibliothèque numérique de photos du *Dongfang*. Les photos des agences de presse et des agences photo que publie le journal sont aussi archivées dans FotoStation par les éditeurs photos.

B. Le travail dans le Centre visuel

De multiples séjours en observation participante au sein du *Dongfang* ont permis d'examiner le déroulement de la production du journal et de suivre en temps réel le travail des photojournalistes et des éditeurs photos.

L'observation porte sur des conférences de rédaction, des reportages réalisés par des photojournalistes, le travail d'éditeurs photos, des réunions professionnelles.

1) De sages conférences de rédaction

Il a été possible d'assister aux conférences de rédaction du 19 octobre 2005 et du 11 janvier 2007. Quotidien paraissant le matin, le *Dongfang* tient ses conférences de rédaction en fin d'après-midi : vers 17h30 en 2005 et vers 16h30 en 2007. Cette différence d'horaire s'explique par la nécessité de commencer plus tôt l'impression du journal en 2007 en raison de l'augmentation du tirage depuis l'adoption de la nouvelle formule en octobre 2006.

Elles se déroulent toujours au 10^e étage où siège la direction du journal. Une quinzaine de participants s'y réunissent autour d'une longue table : l'éditeur du journal, le rédacteur en chef et les vice-rédacteurs en chef, les chefs de services et de rubriques (ou leurs représentants).

L'éditeur du journal, Hu Jinjun, représente le groupe de presse Wenxin. S'il reste silencieux l'essentiel du temps, son rôle est cependant primordial. Tour de contrôle politique du groupe au sein de la rédaction du Wenxin, il s'assure que les sujets retenus respectent le cadre idéologique fixé par le Parti communiste. Il occupe donc naturellement la position stratégique au centre de la table. Le rédacteur en chef et les vice-rédacteurs en chef s'assoient en bout de table. Les autres participants se repartissent librement.

a) Evaluation du journal de la veille

Les conférences de rédaction commencent toujours par une critique du journal de la veille. Elle est confiée chaque jour à un autre chef de rubrique. Celle de 2005 est menée par Yue Qiang, chef du département de l'édition photo. Ce dernier exprime le souhait que les chefs de rubriques anticipent davantage leurs besoins en photos afin que le Centre visuel soit moins obligé d'en commander en urgence à l'extérieur. La critique de 2007 est nettement plus incisive. Sun Jian, le vice-rédacteur en chef, s'en prend à la qualité des photos publiées par le journal. Mal cadrée, floue, manquant d'émotion : ses critiques visent en particulier la photo principale qui porte sur une cérémonie en l'honneur de soldats chinois tués lors d'un attentat dans la province du Xinjiang. Sun Jian ne fait pas au journal le reproche de reprendre à son compte, sans distanciation, la version officielle sur la situation au Xinjiang. Plutôt vise-t-il à mieux faire du journal le relai de la version officielle.

Le même objectif transparaît dans plusieurs autres de ses critiques. Par exemple, au sujet d'un dossier sur les transports à l'approche du nouvel an chinois, il estime que la décision du gouvernement de ne pas augmenter les prix des billets

de train n'est pas assez valorisée. Dans la même veine, Sun Jian estime que l'article sur la grippe aviaire aurait du comporter le rappel que la Chine n'est pas le seul pays touché par l'épidémie. Seules les rubriques Loisirs et Culture, moins exposées politiquement, trouvent grâce à ses yeux.

Le rédacteur en chef, Qiu Bin, se met aussi à critiquer le Centre visuel : *« je trouve que les photos principales ne sont pas bonnes depuis le début janvier. Elles sont banales, pas assez informatives. On dirait que les personnes qui travaillent à l'édition ne se sentent pas concernées. Une bonne photo doit donner une émotion au lecteur ou le faire réfléchir, mais en ce moment nous ne publions pas ce genre de photos. »*

Qiu Bin poursuit son intervention par une évaluation élogieuse du supplément Immobilier réalisé la veille. *« Je trouve que ce n'est pas mal fait, c'est positif »*, estime-t-il. En fait, ce supplément a été réalisé par une société de communication extérieure au journal. Cette pratique ôte à la rédaction la responsabilité du traitement de l'actualité de l'immobilier de Shanghai au risque de n'en faire qu'un cahier de publi-reportage.

Interpellé par ses critiques, Chang He, chef du Centre visuel déclare partager ces avis pour l'essentiel. Il se défend en expliquant que *« pour avoir de bonnes photos, il faut une bonne actualité. Or depuis début janvier il n'y a pas de grands événements dans l'actualité »*.

b) Comparaison avec les journaux concurrents

Deuxième temps des conférences de rédaction, les participants comparent le *Dongfang* du jour avec ses concurrents, des journaux commercialisés comme lui et qui paraissent le matin. La comparaison sert à identifier les points communs et les différences dans le traitement de l'actualité entre des journaux en rivalité pour attirer les acheteurs. Points faibles et points forts de chacun sont ainsi repérés.

En 2005, la comparaison porte sur le *Shanghai Qingnianbao* (*Quotidien de la*

jeunesse de Shanghai), le *Xinwen Chenbao* (*Le Matin de Shanghai* - groupe Jiefang Ribao) et le *Diyi Caijing Ribao* (*Le journal de l'économie*). En 2007, elle ne porte plus que sur le *Xinwen Chenbao*, le principal journal du matin de Shanghai.

Cette évolution reflète plusieurs changements survenus dans le journal entre 2005 et 2007. Désormais, le *Dongfang* s'inspire du *Xinwen Chenbao*, un journal populaire qui fonde son succès sur la publication de nouvelles locales et de faits divers, alors qu'entre 2003 et 2005 il cherchait à s'en distinguer par la publication de nouvelles sérieuses. Son attitude n'est pas sans rappeler celle des rédactions françaises qui tendent à s'inspirer du modèle du *Parisien*. Le *Dongfang* n'estime plus nécessaire de se comparer avec le *Shanghai Qingnianbao*, car ce journal est en nette perte de vitesses. Enfin, du fait qu'il a abandonné son ambition initiale d'être à la fois un journal économique et financier et un journal d'informations générales, il n'a plus besoin de se comparer avec le *Diyi Caijing Ribao*.

Cependant, point commun entre les deux conférences de rédaction, le *Dongfang* ne se compare pas avec les quotidiens commercialisés du soir, ni avec les organes officiels du Parti communiste. Les premiers ne sont pour lui pas des concurrents sur le marché ; les seconds représentent pour lui un modèle à ne pas suivre.

c) L'annonce des titres

Les conférences de rédactions abordent ensuite les titres du journal du lendemain. Dans l'ordre prennent la parole les représentants des rubriques Métropole, International, Chine, Economie, Culture, Sports. Quatre personnes prennent la parole pour le compte de la rubrique Economie. Il s'agit des responsables des pages Finances, Immobilier, Bourse, International. Cet ordre de parole est immuable. Lors des deux conférences de rédaction, tous les sujets proposés sont validés, même si certains font l'objet de débats. Elles se concluent

par la sélection des titres de la page de couverture. Un sujet est validé lorsque l'éditeur du journal, Hu Jinjun, éminence politique du groupe de presse Wenxin chargé de surveiller la rédaction, l'approuve d'un hochement de la tête.

En 2005, les participants conviennent que le titre principal portera sur la publication par le gouvernement d'un Livre blanc sur la démocratie. Il sera indépendant de la photo principale. Vice-rédacteur en chef et responsable de la rubrique Commentaires, Chen Jibing effectue un cadrage politique inspiré du Livre blanc : « *la démocratie est une valeur universelle, mais elle prend des formes spécifiques à chaque pays. La Chine n'a pas à imiter les pays occidentaux* », explique-t-il. Cette affirmation provoque la réaction d'un membre de l'assistance : « *en fait, la différence entre la Chine et les pays occidentaux réside dans le rôle que joue le Parlement* ». Sous-entendu : en Occident le Parlement comporte une opposition élue au suffrage universel, pas en Chine. Sourires dans la salle, quelques visages se tournent vers l'observateur. L'incident témoigne du fait que les journalistes ne sont pas dupes des arguments du gouvernement, mais qu'il ne leur est impossible de s'y opposer. Le lendemain, le journal reproduit une dépêche de Xinhua consacrée au Livre blanc. Il n'a pas le choix. Comme le savent les participants à la conférence de rédaction : le *Dongfang* doit se conformer une directive du Département de la propagande qui intime à tous les médias d'accorder la priorité au Livre blanc et les oblige à reproduire l'article de Xinhua. La directive du Département de la propagande est parvenue chez le rédacteur en chef dans l'après-midi, mais celui-ci ne l'évoque pas en conférence de rédaction, peut-être en raison de la présence d'un observateur étranger. De toute façon, il n'a pas besoin de la montrer tant les personnes présentes sont habituées aux interventions du Département de la propagande dans le travail de la rédaction.

Présent aux deux conférences de rédaction, Chang He intervient seulement lorsque le travail du Centre visuel est discuté. Bien qu'il ait rang de vice-rédacteur en chef, il ne participe pas aux autres discussions, alors même que les

responsables du journal ne se privent pas de critiquer le Centre visuel. Son attitude témoigne de sa volonté de maintenir autant que possible le Centre visuel en dehors des débats politiques de la rédaction, mais aussi d'un rapport de force global qui lui reste défavorable.

2) De timides photojournalistes

Les photojournalistes Zhang Dong et Zhao Jing ont été suivis une journée entière. Le premier le 23 août 2007, la deuxième le 23 juillet 2008.

a) L'ordinaire de l'actualité

À raison de 2 à 4 reportages par jour, les photojournalistes sillonnent la ville pour couvrir l'actualité de Shanghai. Dans les cas observés, il s'agit d'événements recensés par la rédaction écrite qui demande une illustration au Centre visuel.

À 10h du matin, Zhang Dong quitte le siège du journal pour se rendre dans une société d'investissement en bourse située près de la place du Peuple. Il doit réaliser des photos dans une salle où des retraités observent des tableaux lumineux en couleurs rouge et vert qui indiquent les valeurs des titres côtés à la bourse de Shanghai. Celle-ci devrait battre ce jour un nouveau record, à 5000 points.

Trois autres photojournalistes (dont un stagiaire) représentant deux autres quotidiens de Shanghai se trouvent dans la même salle. Il en existe pourtant des dizaines de ce genre dans la ville. Mais celle-ci présente l'avantage de faire bon accueil aux photojournalistes et d'être au centre ville. La photo que doit faire Zhang Dong est donc loin d'être originale. Comme ses confrères, son objectif est de réaliser une photo d'une personne heureuse de l'évolution des cours. Le *Dongfang* et les autres journaux publient chaque année plusieurs photos de ce type, au risque d'un manque d'originalité et de lasser les lecteurs.

De son côté, la photographe Zhao Jing doit couvrir la conférence de presse de

l'écrivain japonais Watanabe Junichi. La conférence de presse se tient l'après-midi au siège du groupe de presse car c'est la maison d'édition Wenhui qui assure la diffusion du livre de Watanabe Junichi en Chine. Le reportage est donc autant destiné à rendre compte d'une actualité réelle qu'à servir la promotion d'un livre éditée par le groupe de presse propriétaire du *Dongfang*.

Le matin, Zhao Jing s'était rendue à la gare du sud de Shanghai, mais sans rendez-vous précis. Chargée de suivre le thème des transports, elle voulait mettre à jour ses archives photos de cet établissement inauguré en 2006.

Entre deux assignations, toujours sur leur temps de travail pour le journal, les photojournalistes documentent les thèmes qu'ils sont chargés de suivre.

Depuis la rampe d'accès automobile, Zhao Jing se dépêche de prendre des clichés. Elle s'attend à être rapidement abordée par des vigiles. *« Souvent, quand je fais des photos en un lieu public comme celui-là, des policiers ou des vigiles viennent m'interroger pour vérifier mon identité. En général, ils me laissent faire après avoir regardé ma carte de presse, mais c'est toujours une négociation »*, se plaint-elle. En l'occurrence, aucun uniforme ne s'approche de la photographe. *« Il n'y a pas vraiment d'interdiction de prendre des photographies d'un endroit pareil, mais les autorités de Shanghai sont très présentes, elles font très attention à l'image de la ville, explique Zhao Jing. La municipalité veut contrôler son image et craint pour la sécurité. Souvent, on nous refuse l'accès à des lieux, des administrations ne sont pas accueillantes, malgré la carte de presse. Dès qu'on prend une photo, des vigiles nous demandent qui nous sommes, exigent de nous que nous sollicitons une autorisation auprès de la hiérarchie. »*

b) L'autocensure à chaud

La journée de Zhang Donc s'anime vraiment en début d'après-midi avec l'annonce d'une actualité imprévue. Une rédactrice de la rubrique Métropole lui annonce qu'un habitant d'une résidence collective de Baoshan a téléphoné au

journal pour signaler que la régie de résidence a fait briser les vitres de son balcon. C'est typiquement le genre de fait divers que le journal veut couvrir. Sur place, le propriétaire de l'appartement leur montre les dégats. Une grande vitre du balcon a été fracassée de l'extérieur, comme l'atteste les débris projetés à l'intérieur de l'appartement. Installé à une table du salon, un avocat prend les dépositions des propriétaires qui souhaitent porter plainte. Résidents et régie de résidence s'opposent depuis des semaines sur le thème des vitres de balcons. Excédés, les résidents ont décidé de faire appel à la presse. Dans sa virulence à dénoncer les méfaits de la régie de résidence, le propriétaire du logement affirme que « *les corrompus du Parti communiste doivent être sanctionnés* ». À l'énoncé de cette remarque, les deux journalistes du *Dongfang* se figent et s'observent un bref instant. La rédactrice ne note pas la remarque dans son calepin et elle ne figurera pas dans l'article publié le lendemain. En revanche, les photos des dégats seront publiées et l'article présente objectivement les versions contradictoires des événements données par les résidents et la régie de résidence. Ainsi, toute remise en cause du Parti communiste est censurée par les journalistes eux-mêmes, sans que le Département de la propagande n'ait besoin d'intervenir.

3) Des éditeurs photo coincés entre l'actualité et la censure

Le travail des éditeurs photo Chen Feiyan, Zheng Fuli et Xue Jing a été observé. La première le 19 octobre 2005 et le 11 janvier 2007, le deuxième le 19 octobre 2005, la troisième le 26 août 2007. Les deux premiers interviennent dans la rubrique Internationale, Xue Jing dans la rubrique Métropole.

a) L'actualité internationale prise entre le marteau et l'enclume

Le bureau de Chen Feiyan est installé au sein de la rédaction de la rubrique des informations internationales. Son travail consiste à trouver les photos pour illustrer les sujets de la rubrique Internationale.

Sur le mur qui jouxte son bureau sont accrochées les pages de couverture des journaux *Dongfang*, *Guardian*, *South China Morning Post* et *New York Times* de la semaine qui suit le tsunami en Asie du sud-est, le 26 décembre 2004. Cet affichage témoigne du rôle de modèles que jouent ces quotidiens étrangers pour le *Dongfang*.

L'inspiration étrangère transparait dès la première étape du travail de Chen Feiyan. En attendant la sélection des sujets par la rédaction, elle s'imprègne sur internet de l'offre iconographique du jour. Elle consulte d'abord les sites webs des agences de presse chinoises (CFP, ImagineChina, Newsphoto, Xinhua) et étrangères (AFP, Reuters, Gamma, Getty Images). Elle effectue ensuite un tour rapide dans la rubrique photo d'actualité des moteurs de recherche Yahoo et Baidu avant de regarder les Une de journaux de langue anglaise, dans l'ordre : *South China Morning Post*, *The Washington Post*, *The New York Times*, *The Guardian*, *The Sun*. Francophone, elle passe aussi revue des médias français (20 minutes, *Le Figaro*, *Le Monde*, *Les Echos*, *Libération*, *L'express*, *Paris-Match*, Radio France Internationale).

Le 19 octobre 2005, à 18h30, à l'issue de la conférence de rédaction, le chef de rubrique l'informe que le journal du lendemain consacrera 3 pages à l'ouverture du procès de Saddam Hussein et une page à la visite en Chine du secrétaire d'Etat à la défense américain Donald Rumsfeld. Les pages consacrées à Saddam Hussein doivent résumer la carrière du dictateur. Trois heures plus tard, Chen Feiyan présente le résultat de ses recherches lors d'une réunion des journalistes de la rubrique internationale, soit 37 photos classées en 5 situations : Saddam Hussein lors du procès, des manifestations de soutien pour l'ancien dictateur, des Irakiens suivant le procès devant la télévision, une mère pleurant un fils mort sous Saddam Hussein, la statue du dictateur déboulonnée. Dans un premier temps, le chef de la rubrique élimine les photos de la mère en pleurs. Ce choix fait écho aux réticences chinoises à condamner le dictateur et sa condamnation de toute ingérence dans les affaires intérieures de l'Irak au nom des droits de

l'homme. Interrogé à ce propos par l'observateur étranger, le chef de rubrique revient sur son choix et réintègre la photo de la mère en pleurs.

Concernant la visite de Donald Rumsfeld en Chine, Chen Feiyan propose 5 photos classées en 3 situations : le secrétaire à la Défense avec son alter ego chinois (une photo sur laquelle ils se sourient, une sur laquelle ils se tournent le dos), le secrétaire à la Défense pendant un discours et alors qu'il est assis. Le choix du chef de la rubrique se porte sur la photo sur laquelle Donald Rumsfeld et son homologue Cao Gangchuan sourient en se tenant par les avant-bras. Elle donne l'impression que rien n'oppose les États-Unis et la Chine. Or c'est le contraire : Donald Rumsfeld a déclaré qu'« *on peut se poser des questions sur les intentions chinoises* » et accuse Pékin de minimiser ses dépenses militaires. La photo où Donald Rumsfeld tourne le dos à son interlocuteur chinois aurait donc beaucoup mieux correspondu à l'état d'esprit de la rencontre. Mais le chef de rubrique se conforme à l'ordre à la directive du Département de la propagande diffusée ce même jour qui ordonne aux médias de gommer toute référence à des tensions dans les relations sino-américaines.

Un schéma de travail similaire se déroule le 11 janvier 2007. Cette fois, la rubrique internationale obtient 6 pages dont 4 consacrées à un dossier sur l'envoi de renforts américains en Irak, 1 à une réunion de l'ASEAN, 1 à l'investiture du président du Venezuela Hugo Chavez. À la différence d'octobre 2005, Chen Feiyan ne se donne cette fois même pas la peine de consulter l'offre de l'agence officielle Chine nouvelle. Elle sait d'expérience que cette dernière ne produit pas elle-même des photos qui peuvent intéresser le journal, qu'au mieux elle trouverait sur le site de Chine nouvelle des photos cédée par Reuters. Donc autant chercher directement dans l'offre globale de Reuters.

De la douzaine de photos proposée par Chen Feiyan au sujet de l'Irak, le chef de rubrique en retient quatre. Celle avec des soldats américains pris dans une tempête de sable ouvrira le dossier. Elle illustre l'embourbement américain en Irak. Les autres photos représentent des soldats américains en patrouille ou

écoutant à la télévision l'annonce par Georges Bush de l'envoi de renforts en Irak, le président américain joggant avec un soldat amputé d'une jambe en Irak. Au plan militaire, le dossier est factuel, complet et... sans risque. Illustrer les difficultés militaires des Etats-Unis ne peut que convenir à la censure chinoise. En même temps qu'il se concentre sur les problèmes militaires des Etats-Unis, le dossier ne dit rien des progrès enregistrés en Irak depuis l'invasion américaine au plan des libertés politiques.

Pour les deux autres pages, le chef de la rubrique retient une photo de policiers anti-émeutes philippins mobilisés pour la réunion de l'ASEAN à Cebu, une photo d'Hugo Chavez pendant la cérémonie d'investiture présidentielle à Caracas. Toutes ces photos proviennent des agences de presse étrangères Reuters et Getty Image.

La suite du travail de Chen Feiyan est purement procédurale. Elle vérifie si de nouvelles photos sont devenues disponibles. Lorsqu'elle retient définitivement une photo, elle en télécharge le fichier originale sur le site de l'agence concernée, y ajoute une légende, le transfère sur le logiciel FotoStation et en avertit le service de mise en page. En parallèle, elle consulte sur son ordinateur les progrès dans le montage des pages. Elle doit en effet signaler toute erreur dans le choix de la photo et dans le texte de la légende qui pourrait commettre le maquettiste. Ce dernier travaille avec le logiciel FIT Founder développé par l'université de Pékin et couramment utilisé par la presse chinoise. Peu après minuit, Chen Feiyan en a fini. Elle a respecté l'heure de bouclage et ne sera donc pas sanctionnée financièrement. En cas de dépassement d'horaire, elle est soumise à une retenue sur salaire de 100 yuans. Les sanctions sont plus lourdes en cas d'erreur politique, pouvant aller jusqu'à l'obligation d'écriture d'une autocritique et un blâme.

Ainsi, sur les sujets de l'actualité internationale, l'ambition de qualité poursuivie par le journal se concrétise de plusieurs façons : les sujets retenus méritent de l'être, les images publiées sont de qualité, elles sont pour la plupart d'origine

étrangère et sont sélectionnées avec le souci d'être complet. Pourtant l'ambition éditoriale atteint rapidement ses limites dès que l'actualité concerne le pouvoir chinois ou bien quand celui-ci veut donner son interprétation d'un événement. Dans ces cas, la rubrique internationale se conforme toujours aux circulaires du Département de la propagande et sélectionne les images dans un sens favorable au pouvoir chinois. Parfois, elle devance même les désirs de la censure et élimine d'elles-mêmes les photos qui ne cadrent pas avec les positions officielles. Toutefois, la relation entre le pouvoir et la rédaction ne se résume pas aux ordres que donnent le premier à la seconde. Cette dernière dispose d'une marge de manœuvre, comme le montre la valse-hésitation du chef de la rubrique Internationale au sujet de la photo de la mère irakienne pleurant son fils.

b) L'actualité chinoise au prisme des loisirs

Éditrice photo des rubriques Métropole et Chine, Xue Jing s'occupe aussi de la page de couverture. Ce 26 août 2007, elle arrive deux heures plus tard que d'habitude au journal car elle a assisté au siège du groupe Wenxin à une conférence des rédacteurs en chef des journaux *Guardian* et *USA Today*. Elle tire la leçon que « *le Guardian et USA Today disposent de moyens bien plus importants que nous. Leurs éditeurs photos travaillent de façon différente. Ils sont beaucoup plus nombreux et ils ont le temps de discuter à l'avance des photos avec les photographes. Nous, nous travaillons trop vite, nous ne prenons pas le temps de discuter des photos avec les photographes.* »

Autre différence avec ses journaux étrangers : le *Dongfang* a tendance à traiter des sujets de loisirs et sans enjeux politiques. Ainsi, la rubrique Métropole prévoit une double-page sur la dernière soirée de la tournée du Cirque du soleil à Shanghai. Quant à la grande photo de la page de couverture, elle devrait porter sur les résultats du festival de cinéma de Pékin.

Les photos du spectacle du Cirque du soleil sont fournies par ce dernier. Si les photos sont belles, la double-page s'apparente ainsi davantage à une publicité

déguisée. Le sujet sur l'arrivée des nouveaux étudiants à l'université Fudan est un marronnier. Toutefois, Xue Jing prend la peine d'appeler l'auteur de la photographie pour vérifier si la personne qui accompagne la jeune étudiante est bien un membre de sa famille. Cette information lui sert à écrire la légende de la photo. Le sujet sur l'exercice incendie cadre avec les nombreuses illustrations du genre ; certes spectaculaires et jouant sur l'émotion du lecteur, elle sert aussi à le rassurer sur l'état d'organisation des secours par les autorités.

影 响 力 至 上
ORIENTAL MORNING POST

东方早报

8月26日 星期日
2007年 农历丁亥年七月十四

今日 16 版
上海地区定价 0.5 元

联系我们 热线 962288 MSN: dtdaily@hotmail.com E-mail: dth@wxjt.com.cn 网址: www.dtdaily.com

严防行业协会
成垄断推手
P5

沪产《白求恩》
和《亮剑》齐“飞天”
P15

梁咏琪上海个唱
“无底线性感”
P16



选赛星空联盟，赢大奖！

www.staralliance.com/cn



天气: 多云 27°C-34°C

文汇·新民联合报业集团主办

CN11-0009

国内邮发代号 3-101

第 1535 期

定价 1 元



6 935563 503771

新生报到 上海高校保证家长不“露宿”



昨天,上海工程技术大学迎来200多名新生,这是本市高校今年迎来的首批大学新生。今天,复旦大学、上海对外经贸学院也将开始迎接新生报到。据了解,上海各高校今年将确保陪读家长不会露宿校园,上海工程技术大学为陪同报到的家长提供免费住宿,复旦大学则制定“紧急预案”,必要时启用备用床位应急。本报记者 赵均 摄

格鲁吉亚称击落
俄入侵领空军机

详见 7 版

限期120天!

中国制造 誓师实现 7个100%

■ 全国产品质量和食品安全专项整治行动昨日全面启动。

■ 农产品、加工食品、流通领域食品、猪肉等8个方面被列为整治的重点。

■ 食品生产加工企业及药品生产经营企业为整治重点单位。

详见 6 版

“求助机”进地铁 有麻烦按钮就行

配合无人售票模式 世纪大道站已安装18台

异闻说秀,美眉控,亮瞎眼,……

“乘客一旦遇到困难,需要走到客服中心求助,的确不太方便。”

地铁工作人员表示,有了“求助系统”后,乘客可原地求助,“如果是问路,只要通过对讲机可以说清楚;如果是借手机、充值机故障等问题,工作人员会在第一时间赶到现场处理。”

今后,如果你在地铁站遇到“麻烦”,只要按下“求助系统”上的红色按钮,就能通过对讲机与工作人员对话。必要时,车站工作人员也会立即赶到现场处理。

据介绍,在轨道交通车站售票大厅内设置“求助系统”,主要是为配合今后车站推广采用的“无人售票+客服中心”模式。

详见 3 版



社址:上海市延安中路839号(邮编200040) 电话:021-62471234 传真:62475181 E-mail:dth@wxjt.com.cn 印刷:文新集团印务中心 发行热线:800-820-8696 广告投发热线:62890078

Dongfang Zaobao du 26 août 2007

Toutefois, la préparation de la page de couverture va bifurquer du plan initial. À 22h05, à l'annonce du résultat du festival du film Huabiao à Pékin, Xue Jing fait part de sa déception : elle n'aime pas Li Bingbing qui emporte le prix de la meilleure actrice. Elle convainc alors Chang He, le chef du Centre visuel, de consacrer plutôt la photo principale à un attentat survenu en Inde. La photo retenue est de Reuters, mais transite par Xinhua dans le cadre d'un accord entre les deux agences. Le crédit photo mentionne donc Xinhua/Reuters.

Il s'avère donc qu'aucun sujet de la rubrique Métropole ne concerne une actualité chaude. Ils sont tous prévisibles, voire mis en scène. Comme si dans une mégalopole de 20 millions d'habitants il ne se produisait pas chaque jour des événements imprévisibles qui mériteraient une photo : accidents, incendies, violences diverses ou bien expressions de mécontentements.

c) Vendre, être vu en kiosque

Éditeur photo de la page de couverture pour l'édition du 20 octobre 2005, Zheng Fuli s'occupe aussi de la réalisation d'une affichette publicitaire (*haibao*).

Confronté à de graves difficultés économiques, le *Dongfang* a pris l'initiative d'imprimer et de diffuser tous les jours une affichette promotionnelle. Apposée le matin sur les kiosques à journaux, elle doit stimuler les ventes. La conférence de rédaction a décidé que l'affichette porterait sur l'ouverture du procès de Saddam Hussein, à Bagdad. Sauf exception, l'image de l'affichette constitue aussi la photo principale de la page de couverture.

Zheng Fuli sélectionne d'abord une vingtaine de photos correspondant à 4 situations différentes : Saddam Hussein défiant son juge d'un doigt accusateur, la salle du tribunal, des soldats montant la garde, des manifestations de soutien à Saddam Hussein. Dès ce stade, il lui paraît probable qu'une des photos de Saddam Hussein défiant le juge sera retenue. C'est effectivement le choix qu'entérine la direction. La photo finalement retenue vient de l'AFP. Zheng Fuli ajoute le titre de la photo, composée d'une citation de Saddam Hussein : « *je suis*

le président. Toi qui es-tu ? » Ni l'affichette, ni le journal ne donne de crédit photo car le Dongfang n'a pas le droit d'acheter des photos directement à des agences de presse étrangères.



胡锦涛晤美国防长 中国首发民主政治建设白皮书

各国的民主是由内部生成的 我国民主政治建设绝不能照搬别国模式

胡锦涛晤美国防长 拉氏祝祝神六发射成功

新华社北京20日电 国家主席胡锦涛20日下午在人民大会堂会见了美国防务部长拉姆斯菲尔德。这是两国领导人时隔四年后再次举行正式会晤。胡锦涛在会见中首先向拉姆斯菲尔德转达了江泽民主席的亲切问候，并就中美两军关系的发展前景进行了富有成效的探讨。胡锦涛表示，中美两军关系的发展符合两国人民的共同利益，也有利于国际和地区的和平与稳定。拉姆斯菲尔德对中美两军关系的改善表示赞赏，并祝愿“神六”发射成功。胡锦涛表示，中美两军关系的发展符合两国人民的共同利益，也有利于国际和地区的和平与稳定。拉姆斯菲尔德对中美两军关系的改善表示赞赏，并祝愿“神六”发射成功。

萨达姆受审全记录 A9-A12

萨达姆在法庭上表示，他不知道伊拉克政府是如何入侵科威特的。他也不知道伊拉克政府是如何在科威特建立军事基地的。萨达姆表示，他不知道伊拉克政府是如何在科威特建立军事基地的。萨达姆表示，他不知道伊拉克政府是如何在科威特建立军事基地的。

中国首发民主政治建设白皮书

白皮书指出，中国的民主政治发展道路，是在中国共产党领导下，中国人民自己创造的。中国的民主政治发展道路，是在中国共产党领导下，中国人民自己创造的。中国的民主政治发展道路，是在中国共产党领导下，中国人民自己创造的。

地铁磁浮车 明起停用

二、三号线全部改用新系统，五号线明年明年初“一轨两线”运营。上海磁浮列车有限公司表示，二、三号线全部改用新系统，五号线明年明年初“一轨两线”运营。上海磁浮列车有限公司表示，二、三号线全部改用新系统，五号线明年明年初“一轨两线”运营。

萨达姆：“我是总统，你是谁？”

萨达姆在法庭上表示，他不知道伊拉克政府是如何入侵科威特的。他也不知道伊拉克政府是如何在科威特建立军事基地的。萨达姆表示，他不知道伊拉克政府是如何在科威特建立军事基地的。萨达姆表示，他不知道伊拉克政府是如何在科威特建立军事基地的。

中国首发民主政治建设白皮书

白皮书指出，中国的民主政治发展道路，是在中国共产党领导下，中国人民自己创造的。中国的民主政治发展道路，是在中国共产党领导下，中国人民自己创造的。中国的民主政治发展道路，是在中国共产党领导下，中国人民自己创造的。

申城抗禽流感药物供应充足

防疫禽流感长效机制已建立 实行每日报告制度。上海市疾病预防控制中心表示，申城抗禽流感药物供应充足，防疫禽流感长效机制已建立，实行每日报告制度。上海市疾病预防控制中心表示，申城抗禽流感药物供应充足，防疫禽流感长效机制已建立，实行每日报告制度。

申城抗禽流感药物供应充足

防疫禽流感长效机制已建立 实行每日报告制度。上海市疾病预防控制中心表示，申城抗禽流感药物供应充足，防疫禽流感长效机制已建立，实行每日报告制度。上海市疾病预防控制中心表示，申城抗禽流感药物供应充足，防疫禽流感长效机制已建立，实行每日报告制度。

申城抗禽流感药物供应充足

防疫禽流感长效机制已建立 实行每日报告制度。上海市疾病预防控制中心表示，申城抗禽流感药物供应充足，防疫禽流感长效机制已建立，实行每日报告制度。上海市疾病预防控制中心表示，申城抗禽流感药物供应充足，防疫禽流感长效机制已建立，实行每日报告制度。

地址：上海南京路430号 电话：(021) 62471234 网址：www.dongfang.com.cn 印刷：上海新闻集团印刷厂 广告：上海新闻集团广告部 零售：每份1元

Dongfang Zaobao 于 20 octobre 2005.

L'affichette promotionnelle comporte la même image de Saddam Hussein

Dans le cas de l'affichette promotionnelle produite pour le 20 octobre 2005, les intérêts promotionnels et propagandistes convergent. L'ouverture du procès de Saddam Hussein est certainement la principale actualité du jour et a d'ailleurs

fait l'objet d'un traitement iconographique similaire dans nombre de journaux occidentaux. Cependant, cette photo d'un ancien dirigeant pointant le doigt sur ses accusateurs convient tout autant au pouvoir chinois opposé à ce procès.

4) Au miroir des réunions professionnelles

Hebdomadaires, mensuelles, annuelles : les photojournalistes et éditeurs photos du *Dongfang* assistent à de fréquentes réunions professionnelles.

L'observateur a pu participer à des réunions hebdomadaires de service (les dimanche 19 et 26 août 2007), des rencontres mensuelles de la photo (21 octobre 2005 et 26 août 2007), une réunion annuelle de photojournalistes du Delta du Yangzi (19 janvier 2007).

a) La cote des photos

Les réunions hebdomadaires ont lieu de préférence les dimanches soir, et portent sur le travail de la semaine écoulée. Elles servent notamment à désigner le photographe du journal qui a réalisé la meilleure photo de la semaine. Celui-ci se voit attribué une prime de 250 yuans. La désignation s'opère par un vote à bulletin secret. Le dimanche 19 août 2007, la photo d'un incendie dans la tour Jinmao (un des principaux gratte-ciels de Shanghai), obtient la majorité des voix. Le dimanche suivant, c'est celle prise lors d'un match de football à Shanghai.

Par ces votes, les participants établissent une hiérarchie tacite des valeurs des photos : leurs contenus informatif, l'esthétique, l'émotion qu'elles produisent sont pris en compte. Il s'avère que les photos primées correspondent toutes à des événements spectaculaires, qu'ils soient d'ordre dramatiques ou sportifs. Sont éliminées, les photos d'un orateur lors de l'inauguration d'une foire aux livres, d'un nouveau bateau de croisière sur le Huangpu, d'une cérémonie en l'honneur d'un universitaire qui s'est noyé en portant au secours à une autre personne, etc. Jugées trop officielle, banale ou gentille, ces photos n'emportent pas l'adhésion

de l'assistance. La hiérarchie des valeurs exprimées par les électeurs recoupe celle du journal, ce dernier faisant de la publication de photos spectaculaires et dépourvues d'enjeux politiques un de ses fonds de commerce.

ORIENTAL MORNING POST

东方早报

10月12日 星期三
2005年 农历乙酉年九月十一日
今日4版 36版 零售价1元

网址: www.eastmorning.com 文字版订阅电话: 021-9511-8888 广告部电话: 51-101 第822期

十六届五中全会闭幕 通过“十一五规划建议”

神舟六号今天上午发射

我国开始第二次载人航天飞行 央视将在8时至9时择机开始现场直播








神舟六号航天员在飞船内的工作舱内与记者见面。这是神舟六号航天员在飞船内的工作舱内与记者见面。

神舟六号航天员在飞船内的工作舱内与记者见面。这是神舟六号航天员在飞船内的工作舱内与记者见面。

凌晨1时启动 飞船发射八小时“倒计时”

神舟六号航天员在飞船内的工作舱内与记者见面。这是神舟六号航天员在飞船内的工作舱内与记者见面。

神六旅程 关键时刻

神舟六号航天员在飞船内的工作舱内与记者见面。这是神舟六号航天员在飞船内的工作舱内与记者见面。

所有梯队成员皆能胜任神六升空

神舟六号航天员在飞船内的工作舱内与记者见面。这是神舟六号航天员在飞船内的工作舱内与记者见面。

上海最佳观测时间

4:05至5:05、18:25至19:25

C2 最新动态

- C3 航天基地
- C4-C5 太空征程
- C6 解密神六
- C7 飞天梦想
- C8 技术对比

Dongfang Zaobao du 12 octobre 2005

À la différence des réunions hebdomadaires, les rencontres mensuelles de la photographie n'ont pas pour but de classer les photos par un vote, mais de discuter de la qualité d'un reportage ou du travail d'un photographe. Mais elles sont également un moment d'expression des valeurs qui animent les photographes. Organisées par le Centre visuel, elles ont lieu au Dongfang, mais

sont ouvertes à des personnes extérieures invitées. Elles sont une particularité du *Dongfang* et contribuent à son rayonnement dans le cercle des photographes de presse de Shanghai.

La rencontre du 21 octobre 2005 est consacrée au récit par le photographe du *Dongfang* Jin Liwang de son reportage sur le tir de la fusée Shenzhou 6 qui a envoyé 2 hommes dans l'espace, le 12 octobre 2005. Le tir avait eu lieu depuis Jiuquan, dans la province du Gansu, à quelque 2000 kilomètres à l'ouest de Shanghai. Les participants veulent entendre de Jin Liwang comment il a réalisé son reportage alors que le pas de tir n'était accessible qu'aux seuls journalistes des médias officiels (*Chine nouvelle*, *Quotidien du Peuple*, etc.). Jin Liwang raconte qu'il s'est approché jusqu'à environ 2 km du pas de tir. C'est de là qu'il a réalisé la photo qui fait la Une du journal le 12 octobre, dans une édition spéciale. Puis Jin Liwang montre d'autres images, notamment celles de l'aéroport où a atterri le Premier ministre chinois, à Jiuquan. Le déplorable état de la piste provoque l'étonnement de l'assistance et incite Jin Liwang à un commentaire : « *l'aéroport sur lequel a atterri le Premier ministre est sans doute le plus arriéré de toute l'Asie* ». La réaction de l'assistance et le commentaire de Wang Jinli donnent à penser que cette photo aurait mérité de paraître dans le journal. Mais ce ne fut pas le cas : le décalage entre le succès technologique de l'envoi d'hommes dans l'espace et l'environnement arriéré dans lequel il a lieu eu été inacceptable pour la censure.

La rencontre du 26 août 2007 enregistre une fréquentation exceptionnelle avec plus de 40 personnes : pour moitié des photojournalistes et éditeurs photos du *Dongfang*, pour moitié des photojournalistes d'autres publications de Shanghai, y compris des concurrents du *Xinwen Chenbao* et du *Shanghai Qingnianbao*. Cette affluence record s'explique par la présence de l'invité du soir, le photographe amateur Chen Zhixian. Depuis 1976, ce directeur d'une usine d'équipements électriques à Shanghai prend régulièrement des photos sur la place du Peuple de la ville de Jincheng, dans la province du Shanxi. Sur la place

trône une statue de Mao Zedong qui donne son nom à son travail : *30 ans de Mao Zedong*.

À son auditoire admiratif devant un projet de si longue haleine, Chen Zhixian montre près de 150 photos. C'est un résumé de l'histoire économique et sociale de la Chine de 1976 à 2006. Les promeneurs en habits sales de 1976 font place à des commerçants, les vélos deviennent plus nombreux avant que n'apparaissent les premières voitures, les coiffures hirsutes sont remplacées par des visages plus soignés, etc. Tandis que tout change sur la place, la statue de Mao Zedong reste.

Troisième type de réunions professionnelles, celles de l'Association des *dushibaos* du delta du Yangzi et de l'Association des grands *dushibaos* chinois. Le 19 janvier 2007, la réunion annuelle de l'Association des *dushibaos* du delta du Yangzi a lieu à Shanghai. Elle est organisée par le *Dongfang* et se tient au siège du groupe Wenxin. Sont présents des photographes et éditeurs photos de journaux de Shanghai, Nankin, Hangzhou. Le seul journal d'une ville extérieure au delta est le *Nanfang Dushibao* de Canton. À la différence des réunions hebdomadaires et mensuelles, celle-ci donne lieu à une confrontation d'idées. Tour à tour, les représentants des journaux projettent une sélection de leurs photos de l'année. La plupart des projections sont accompagnées d'un fonds musical. Les photos ne sont pas commentées, ni légendées. La plupart des projections ne provoquent pas de réactions de la salle où les conversations privées se poursuivent. Ce procédé finit par agacer un participant : « *pourquoi ces photos ne sont-elles pas légendées ? Cela me dérange car je ne comprends pas les photos que vous montrez. Nous sommes des journalistes, il faut de l'information !* », proteste-t-il.

La salle s'anime avec la présentation des photos du *Hangzhou Kuaibao*, journal publié à Hangzhou, capitale de la province du Zhejiang. Celui-ci montre beaucoup de photos de violences urbaines (rixes entre chauffeurs de taxis, accidents de circulation, opérations de secours réels) et de vie quotidienne

difficile (pauvreté, mendicité). Ce travail est salué par le photojournaliste Yong He, un vétéran du groupe de presse Wenxin, qui se demande « *si, pour progresser, nous ne devons pas commencer par là, montrer ce genre de “petites” choses de la vie quotidienne avant d’aller vers des choses plus importantes* ». Son commentaire ne provoque pas de nouvelles réactions. Sans doute parce que Yong He n’a pas besoin de préciser à son assistance que ces « *choses plus importantes* » concernent les sujets politique ou d’investigation. C’est ensuite au tour de Wang Jingchun, du *Nanfang Dushibao*, de présenter ses photos. En l’occurrence un reportage intitulé “Made in China” donne à voir des usines, des ports, des ouvriers. Cette fois, un silence total s’installe dans la salle. Des applaudissements nourris éclatent à l’issue de la projection. L’attitude de l’auditoire illustre l’admiration que vouent les journalistes chinois au *Nanfang Dushibao*. Les photojournalistes des dushibaos du delta du Yangzi ne peuvent que rêver d’imiter un journal qui accorde autant d’importance à la photo, de surcroît pour des thèmes sérieux.

Reste au *Dongfang* à projeter ses travaux. Son grand intérêt est de comporter des photos que le journal n’a pas publiées en raison de la censure. Parmi ces dernières, celle de Chen Liangyu, le secrétaire général du Parti communiste de Shanghai arrêté en septembre 2006 pour détournements de fonds, provoque l’hilarité générale. Assis à une tribune, Chen Liangyu se prend la tête entre ses deux mains pour cacher un baillement. Cet instantané peu favorable contrevient aux standards usuels de la photo de dirigeants chinois. Mais surtout, il aurait très bien illustré les ennuis de Chen Liangyu avant son interpellation si le journal avait publié la photo.

Enfin, chaque année, une délégation de photographes du *Dongfang* participe à une réunion de l’Union des médias audiovisuels, appelée aussi l’Union Xinrui. Créée le 16 septembre 2005 à l’occasion du festival photo de Pingyao par sept dushibaos (*Nanfangdushibao, Xinjingbao, Huashangbao, Dongfang Zaobao, Huashibao, Qingshibao, Jingbao*), l’Union se fixe pour objectif de favoriser le

développement de la culture visuelle dans les médias chinois. Les sept médias fondateurs ont par la suite été rejoints par une vingtaine d'autres médias.

b) Des réunions “entre soi”

Ces différentes réunions attirent en moyenne la moitié des membres du Centre visuel du *Dongfang*. Elles témoignent d'une intense vie communautaire et du fait que les photojournalistes et les éditeurs photos voient dans leurs métiers bien plus qu'un simple gagne-pain. L'intérêt que les photojournalistes et éditeurs photos portent à ces différentes réunions est d'autant plus évident que leur participation n'est pas obligatoire et qu'elles ont lieu en dehors du temps de travail.

Elles attestent aussi de l'existence d'un sous-champ des photojournalistes et des éditeurs photos au sein du champ plus large des journalistes chinois. Inspirée de la théorie des champs professionnels de Pierre Bourdieu, cette hypothèse est confirmée par l'autonomie relative dont disposent les photojournalistes et éditeurs photos dans la tenue de leurs réunions. Cette autonomie se reconnaît par le fait que les réunions ne rassemblent que des photojournalistes, des éditeurs photos et quelques maquettistes. Les directeurs des journaux, rédacteurs, et autres personnels ne sont pas conviés.

L'autonomie transparaît aussi dans le constat que les réunions sont l'occasion de visualiser des photos qui n'ont pas été publiées par les journaux à cause de la censure. Les photos censurées projetées lors des réunions sont d'ailleurs celles qui plaisent le plus aux spectateurs. La possibilité offerte de voir ces photos contribue grandement au plaisir qu'éprouvent les participants à se retrouver entre membres de la même communauté des professionnels de la photographie d'actualité. Le sentiment d'appartenance à une communauté professionnelle protège ses membres du regard des autorités et leur confère un sentiment de sécurité. Ce dernier rend possible la projection de photos censurés et des moments d'hilarité comme celui au sujet de Chen Liangyu. Dans un autre

contexte, par exemple, une conférence de rédaction, les participants auraient réprimé leurs rires.

Les photojournalistes sont l'élément moteur de ce sous-champ journalistique. D'abord en raison de leur nombre plus important que celui des éditeurs photos. Mais également du fait de leur moyenne d'âge plus avancée, de leur regroupement au sein d'un même service, de leurs contacts et de leur connaissance du monde extérieur au journal, ils sont bien plus à même de se penser comme communauté que les éditeurs photos. Ceux-ci ont le désavantage d'être éclatés dans les différentes rubriques des journaux, de n'avoir que peu de contacts professionnels avec l'extérieur et d'être tout simplement plus jeune en moyenne.

Pour autant, cette autonomie décrite reste fragile et ténue. Fragile car les photos censurées ne sont projetées que brièvement par peur de provoquer le courroux des autorités. Ténue, car les participants ne vont pas jusqu'à condamner la censure. Même les termes de censure et de département de la propagande ne sont pas employés. Pour les évoquer, les intervenants disent seulement que telle photo n'a pas été publiée et l'assistance en comprend les raisons. Enfin, la fragilité de l'autonomie des photojournalistes et éditeurs photos est inscrite dans le statut officiel des rencontres du type de celle de l'association des journaux du delta du Yangzi. Celle-ci a lieu sous l'égide de l'association des journaux et non pas sous celle d'une association des photojournalistes. Par ailleurs, les autorités chinoises empêchent la création d'une association professionnelle indépendante du pouvoir qui porterait concurrence à l'officiel syndicat des journalistes. Les organisations professionnelles et syndicales officielles auxquelles les photographes et éditeurs photos peuvent adhérer sont toutes contrôlées par le Parti communiste. Comme le souligne le professeur Gu Zheng, « *même si les réunions ne concernent que des photojournalistes et ne traitent que de questions professionnelles, elles ne sont pas organisées par une association des photojournalistes.* »

C. Exemples de traitement de l'actualité

L'observation du traitement de certains événements sensibles éclaire les choix opérés par le *Dongfang* et leurs raisons. Il s'agit de la visite en Asie de Georges Bush en novembre 2005, de l'arrestation du secrétaire général du Parti communiste de Shanghai Chen Liangyu en septembre 2006, de la réunion de l'ASEAN en janvier 2007, des manifestations contre la junte militaire en Birmanie en août 2007, du tremblement de terre au Sichuan en mai 2008.

1) Georges Bush en Asie, novembre 2005

Le 15 novembre 2005, le président américain Georges Bush entame une tournée dans plusieurs pays d'Asie. Au premier jour de sa visite au Japon, il fait l'éloge de Taiwan qui « *conduit son peuple à la prospérité et créé une société chinoise libre et démocratique* ». Il classe aussi la Chine parmi les pays qui « ont fait quelques pas vers la liberté, mais qui ne sont pas encore au bout du voyage ». Ces prises de position déclenchent des protestations de Pékin. Par la bouche de son ministre des Affaires étrangères, la Chine affirme que « *Taiwan fait partie de la Chine, elle est une partie inséparable de la Chine, et la Chine ne tolère pas l'interférence dans ses affaires intérieures* ».

Le 19 novembre, Georges Bush arrive à Pékin. Il commence sa visite par un office religieux et souligne « *le besoin pour ce gouvernement (chinois) d'inviter des dirigeants du Vatican pour discuter de la liberté religieuse en Chine.* » Il demande aussi à la Chine de recevoir le dirigeant tibétain, le dalai lama. Lors d'une conférence de presse, le 20 novembre, il encourage « *la Chine à poursuivre la transition historique vers plus de libertés* ». Le président chinois

Hu Jintao lui répond que le peuple chinois « *jouit du droit démocratique dans le domaine électoral* »².



胡锦涛: 不断提高人民享受人权的水平

布什昨晤胡锦涛 称美方鼓励中国向更大程度自由历史性过渡

本报记者 俞翻晓

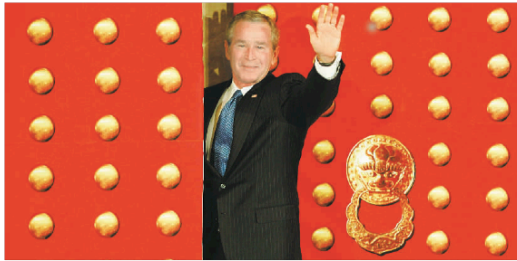
“合作将是中美关系的主流。昨天，国家主席胡锦涛和正在访美的美国总统布什在会议后共同会见记者。胡锦涛以这句话概括了中美关系的特点。”

增强保护知识产权合作

布什在记者会上透露，中美两国领导人从经贸领域开始，在推进扩大中美经贸合作重要性的同时，胡锦涛说：“双方要共同努力，在平等互利基础上实现贸易平衡。”

胡锦涛引介中国民主政治

胡锦涛同时向布什重申，中国“决不承诺”包括“反对和抵制”在内的“人权附加条件和附加义务”。



布什访华的三层战略考虑

杨洁篪

美国总统布什此次访华，三层战略考虑环环相扣。首先，布什此行对全球将产生美国对世界影响的大国，特别是正在迅速发展的亚洲国际关系的新格局，在战略上的意义。其次，在战略层面上，美国对亚洲国际关系在亚洲外交政策中的重要性，美国人的传统思维是一个正在迅速崛起的发展中大国关系的高层上看待和讨论中美关系的。

美国总统布什昨天在北京会见媒体后向记者。

步，中国人民像追求民主选举、民主决策、民主管理、民主监督，今后我们将继续从中国的国情出发，倾听中国人民的意见，不断推进中国特色的民主政治，不断推进中国人民当家作主的权利。

上海国际问题研究所亚太室主任曹刚指出，中美在胡锦涛的会见了“美国主义”，布什政府对中国现状态度很矛盾，而在可以预见的将来，美国的政策重点仍在中国。只有当中国能真正处在在发展的轨道上，布什政府就不会在朝鲜半岛上采取重大的动作。

说：“布什总统向我发出了诚挚的邀请，我愉快地接受了他的邀请。”而布什也表示，布什和胡锦涛新年在白宫将举行“胡锦涛主席和夫人”。

（作者系上海国际问题研究所研究员）

知识乐园
因为有思科

从海量书籍、杂志中精选的八十多个主题，
装订、装帧、设计、每个品种都只卖两元，送完即止，
小册子只卖两元，杂志只卖一元，
了解详情请访问 www.nisaa.com.cn 或致电 400-888-8888

生产效率: www.nisaa.com.cn

² Le Monde, « En Chine, George Bush appelle à des réformes politiques et économiques », 20 novembre 2005.

Des tensions entre la Chine et les États-Unis placent la rédaction du *Dongfang* dans une position délicate. Sauf à perdre tout crédit auprès de lecteurs qui s'informent aussi sur internet, le journal doit évoquer le sujet des droits de l'homme. Mais s'il expose directement les propos de Georges Bush, il se heurte au Département de la propagande. Par ailleurs, la Chine évite de heurter de front les États-Unis dont elle achète massivement les bons du trésor, dont elle a besoin pour assurer ses exportations et dont elle craint la puissance militaire.

La solution retenue par le journal consiste à souligner les points d'accords entre les deux pays et à gommer les divergences. Il passe sous silence l'éloge de Taiwan prononcé par Georges Bush tout en soulignant que le président américain a réitéré qu'il n'existe qu'« *une seule Chine* ». L'île ne doit pas passer pour un modèle démocratique dont le continent devrait s'inspirer. Les autres thèmes de discussions entre les deux pays (exportations chinoises, convertibilité du yuan, propriété intellectuelle) sont évoqués par le journal, y compris de façon contradictoire. Le thème des droits de l'homme est également abordé mais comme si Hu Jintao avait pris l'initiative de l'évoquer. Le 21 novembre 2005, le journal titre, en page 9 : « *Hu Jintao : améliorer en permanence le degré de jouissance populaire de droits de l'homme* ». Habile, cette formulation laisse penser que l'objectif s'applique aussi bien à la Chine qu'aux États-Unis alors le président chinois réagit aux critiques de l'Américain. L'article fait de Hu Jintao un maître qui donne la leçon : « *J'ai également présenté au président américain l'adhésion inébranlable de la Chine à la voie du développement pacifique, de la politique démocratique, du développement de la situation des droits de l'homme* ». Les remontrances du président américain à la Chine sont gommées. De ces propos, le journal ne retient que ceux qui paraissent un encouragement à poursuivre dans la même voie : les États-Unis encouragent « *la Chine à poursuivre la transition historique vers plus de libertés* ».

En matière d'images, le *Dongfang* ne publie pas la photo de Georges Bush lors de l'office religieux. La grande photo en page 9 de l'édition du 21 novembre le

montre saluant les journalistes mais alors qu'il semble comme avalé par une grande porte rouge, comme si la Chine n'en faisait qu'une bouchée.

2) L'affaire Chen Liangyu, 2006-2008

Secrétaire du comité de Shanghai du Parti communiste et membre du bureau politique, Chen Liangyu est arrêté le 25 septembre 2006 pour détournement de fonds d'un montant de 3,2 milliards de yuans.



中共中央决定对陈良宇同志严重违纪问题立案检查

新华社北京9月25日电 9月24日,中共中央总书记胡锦涛主持召开中共中央政治局常委会,审议通过了中共中央纪律检查委员会《关于陈良宇同志严重违纪问题的初步调查报告》。

韩正同志代理上海市委书记职务

市委召开全市党员干部领导干部大会 宣布中央关于市委主要领导调整决定 通报陈良宇严重违纪问题 贺国强出席并作重要讲话 韩正主持

新华社上海9月25日电 本市召开全市党员干部领导干部大会,宣布中央关于市委主要领导调整决定,通报陈良宇严重违纪问题。贺国强出席并作重要讲话,韩正主持。

Advertisement for 'Daxin Finance Tower' (大鑫金融大厦) located at 1023 Yan'an West Road. The ad features a large image of the building and text describing its specifications, including '1.66 million/m²' price and '52385218-52385358' contact numbers.

地址:上海市延安西路839号(邮编:200040) 电话:021-62471234 传真:62475181 E-mail:dzb@wzj.com.cn 印刷:文新集团印务中心 发行热线:800-620-8896 广告服务热线:62890078 早期新闻热线:962288

Un journal indépendant se saisirait d'une affaire aussi importante pour enquêter, expliquer, rendre compte au public des tenants et aboutissants qui mettent en cause le principal dirigeant de la capitale économique chinoise. Il y gagnerait en lecteurs, revenus et crédibilité, ce qui constitue l'objectif affiché des journaux comme le *Dongfang*. Mais le Département de la propagande contrôle de près les informations qui touchent les hauts dirigeants. Il ne se contente pas d'empêcher les médias de s'exprimer librement au sujet des dirigeants, de peur qu'ils ne les critiquent ou mettent en lumière leurs défauts, il leur prescrit ce qu'il faut dire et ne pas dire à leur propos.

Dans l'affaire Chen Liangyu, l'enjeu est de démontrer au public que le pouvoir lutte efficacement contre la corruption en son sein, qu'il chasse ses brebis galeuses, si besoin aux plus hauts échelons de la hiérarchie. Cette thèse se fait au détriment de l'autonomie, de la crédibilité, et probablement, de la rentabilité du *Dongfang*.

Journal commercialisé cherchant à attirer des lecteurs par des informations et un traitement iconographique original, le *Dongfang* doit ranger aux oubliettes tous ces préceptes professionnels dans l'affaire Chen Liangyu. Sur ordre du Département de la propagande, il devient le simple relais de la communication du pouvoir. Privé d'autonomie et d'originalité, il reproduit sur toute la largeur de sa Une, le 26 septembre 2006, un article de l'agence officielle Chine nouvelle titré : « *le gouvernement central décide d'ouvrir une enquête au sujet des graves transgressions de la discipline du camarade Chen Liangyu* ». Cet événement provoque aussi une remise en cause de la maquette de la page de couverture. Sur ordre du Département de la propagande, elle ne comporte aucune photo alors que la publication d'une photo de Chen Liangyu paraissait naturelle dans le contexte. Deux autres articles consacrés à l'affaire barrent toute la largeur de la page. Eux aussi sont des reproductions de communiqués du pouvoir.

L'absence de toute photo et la rigidité de la mise en page confèrent à la Une l'aspect d'un faire-part de décès. Comme le souligne un photographe du *Dongfang* : « *quand de grands événements se produisent en Chine, comme l'affaire Chen Liangyu, tous les médias doivent publier les mêmes reportages venant de Chine nouvelle. Toute discussion est impossible dans ces cas...* »

Le traumatisme se répète le 27 septembre. Là encore, la partie supérieure de la page ne comporte que des communiqués officiels repris de Chine nouvelle, sans photo. Ils sont toujours suivis d'une publicité pour l'immobilier. Ce n'est que le 28 septembre que la Une du *Dongfang* retrouve un semblant de normalité grâce à l'insertion d'une photo principale consacrée à Han Zheng, le successeur par intérim de Chen Liangyu. La publication de cette photo répond également à un ordre du Département de la propagande, mais au moins est-elle éditorialement davantage justifiée que l'absence d'illustrations les jours précédents.

La comparaison de l'édition du 26 septembre du *Dongfang* avec d'autres journaux de Shanghai du même jour apporte d'autres informations. La Une du *Xinmin Wanbao*, un journal populaire édité par le groupe de presse Wenxin qui contrôle aussi le *Dongfang*, est en tous points la même que ce dernier. Alors que la qualité de la maquette et des photos du *Dongfang* est toujours meilleure que celles du *Xinmin Wanbao*, cet alignement souligne la perte de substance subie par le premier. Les Une de tous les journaux de Shanghai reprennent la même terminologie officielle, seuls peuvent varier la mise en forme et la typographie. Par exemple, le *Shanghai Qingnianbao* conserve une maquette normale. Il reproduit l'annonce officielle en tête de page et sur toute sa largeur, mais il se contente de l'annoncer sans publier en Une la totalité du communiqué de Chine nouvelle. Il retouche aussi légèrement la mise en page du titre pour souligner par un jeu de forces de corps différents la mise en cause de Chen Liangyu. Enfin, il conserve son habituelle photo principale en milieu de page et la consacre à un sujet social sans lien avec l'affaire Chen Liangyu. Ces variations ne peuvent cependant masquer l'essentiel : tous les journaux de Shanghai paraissent sous la

même autorité du Département de la propagande. Celui-ci harmonise l'information dans le but d'« unifier l'opinion publique ».

La différence entre le *Xinmin Wanbao* et le *Dongfang*, d'un côté, et le *Shanghai Qingnianbao*, de l'autre, ne s'explique pas par une plus grande indépendance de ce dernier. Elle renvoie plutôt aux statuts différents de ces journaux. Les deux premiers relèvent directement du comité du Parti communiste de Shanghai dirigé jusque-là par Chen Liangyu, tandis que le dernier dépend de la branche shanghaienne de la Ligue de la jeunesse communiste.



结束对苏浙学习考察 长三角战略 上海要起引领和表率作用
胡锦涛主持中央政治局会议 分析研究当前经济形势和经济工作
遏制经济增长转为过热

长三角大融合特别报道
世界城市网络之五
决策者应该把头凑到一起来

选源星空展期, 赢大奖!
www.stallance.com.tw
STALLANCE
10 YEARS
1997-2007

天气: 晴 29°C-37°C
文汇报联合报业集团主办
CN31-0009
国内邮发代号: 3-101
第 1475 期
定价: 1元
6 935563 503771

陈良宇被开除党籍公职

新华社北京电 7月26日, 中共中央政治局会议审议通过了中共中央纪律检查委员会《关于陈良宇严重违法违纪问题的审查报告》, 决定给予陈良宇开除党籍、开除公职处分, 对其涉嫌犯罪问题移送司法机关依法处理。

根据中共中央决定, 中央纪委自2006年9月起对陈良宇涉嫌严重违法违纪立案审查。经查, 陈良宇在任上海市委书记期间, 严重违纪违法, 严重损害党的形象和声誉, 给国家和人民利益造成重大损失, 给党的形象带来严重影响, 社会影响极其恶劣。

中央政治局会议决定, 根据《中国共产党章程》、《中国共产党纪律处分条例》的有关规定, 给予陈良宇开除党籍处分, 待召开中央委员会全体会议予以追认; 根据《中华人民共和国公务员法》的有关规定, 给予陈良宇开除公职处分, 对其涉嫌犯罪问题移送司法机关依法处理。

中共中央发出通报强调, 反腐败斗争关系人心政权, 关系党的生死存亡, 关系国家的长治久安。中央对陈良宇严重违法违纪问题的查处, 进一步表明了我们对反对腐败的坚

上海市召开常委会扩大会议
坚决拥护中共中央作出的关于开除陈良宇党籍、公职, 移送司法机关依法处理的决定

7月26日, 中共中央通报关于陈良宇严重违法违纪问题审查情况和处理决定后, 上海市委立即召开常委会扩大会议, 在认真传达学习的基础上, 市委书记习近平代表市委常委会表示, 坚决拥护中央的决定, 在思想上、政治上、行动上与党中央保持高度一致, 把市委党员干部的思想统一到中央的决定上来。

五星锡专业家居商场
夏之曲 活动时间: 7月20日-8月5日
消费满2000元 即可赠送床垫抵用券150元
活动内容:
1. 消费满2000元即可赠送床垫抵用券150元。
2. 悠长假日, 进入阳光, 沙滩的休闲, 双体日直透清凉度假。
3. 安心睡眠, 轻松一季。床垫专家专场促销。
4. 双体日消费满10000元 即有机会赢取3000元商场消费券
5. 8月28、29日, 8月4、5日与尊贵顾客礼品专场促销
6. 多享豪华品牌手机、家电有特价、买就送礼品。

En fait, depuis presque un an avant son arrestation, le Département de la propagande interdit aux journaux de publier en couverture le nom et les photos de Chen Liangyu. L'ancien dirigeant suprême de Shanghai est littéralement privé de face sur ordre du Département de la propagande. Après son arrestation, l'interdiction est étendue à l'ensemble des pages des journaux.

En juillet 2007, l'affaire Chen Liangyu connaît un nouvel épisode avec l'expulsion de Chen Liangyu du Parti communiste. Les mêmes raisons produisent les mêmes effets sur la page de couverture du *Dongfang*. Le 27 juillet 2007, le titre principal du *Dongfang* annonce que « *Chen Liangyu est exclu du PC et déchu de ses fonctions* ». Ce titre et l'article qui le suit sont de l'agence Chine nouvelle. Comme en septembre 2005, la page de couverture ne comporte aucune photo, ni en rapport avec Chen Liangyu, ni pour aucun autre sujet. En revanche, au-dessus de l'article consacré à Chen Liangyu est inséré un autre titre. Il met en scène le président chinois Hu Jintao qui déclare vouloir freiner la surchauffe économique. Ce rapprochement de titres dans la mise en page comporte un message implicite : Chen Liangyu s'incline devant Hu Jintao. Prochaine étape de l'affaire, l'expéditif procès Chen Liangyu dans la ville de Tianjin (près de Pékin), le 26 mars 2008 est passé totalement sous silence par le *Dongfang*. Sans doute le Département de la propagande veut-il éviter tout risque d'expression des habitants de Shanghai.

En revanche, l'annonce de la condamnation de Chen Liangyu à 18 ans de prison, le 11 avril, est reproduite par le journal dans son édition du lendemain. Elle figure en bas de page, dans un encadré valorisé par un fond grisé qui occupe toute la largeur de la page, à l'exception de la colonne du bandeau sur la gauche. Le sobre titre de « *Cheng Liangyu condamné à 18 ans de prison* » est cette fois illustré d'une photo de l'intéressé encadré par deux policiers. Rien ne permet de savoir si l'image date du jour du procès, le 26 mars, ou bien de la veille, au moment de l'annonce du verdict. La photo est une capture d'écran de la chaîne de télévision centrale CCTV.

东方早报

联系我们 热线:962288 MSN:dfdaily@hotmail.com E-mail:cdh@wxjt.com.cn 网址:www.dfdaily.com 文新传媒:www.news365.com.cn



告别
理财一周今日关注
恐慌



金晶明天返沪
早报网全程直播
本报记者还将邀请金晶家人
做客早报网讲述
轮椅火炬手的成长故事



文汇报报业集团主办
CN31-0009
国内邮发代号 3-101
第1735期
定价:3元



6 935563 503771

关注博鳌亚洲论坛2008年会

博鳌论坛2008年会下午开幕 10位外国元首和政府首脑全部抵达 胡锦涛将作主旨演讲

演讲将回顾总结中国改革开放30年的成就和经验,阐述中国的改革开放、和平发展政策、互利共赢的开放战略,就加强亚洲区域合作,促进亚洲持久和平和共同繁荣提出倡议。



萧万长飞抵博鳌

由萧万长先生率领的台湾两岸共同市场基金会一行昨日飞抵海口美兰机场,随后乘车抵达博鳌,参加博鳌亚洲论坛2008年会。中共中央台办、国务院台办主任陈云林等到机场迎接。萧万长于3月22日与马英九搭档赢得台湾地区领导人选举。 新华社 图



陈良宇一审获刑18年

天津市第二中级人民法院昨日对中共中央政治局原委员、中共上海市委书记陈良宇案宣告一审判决,认定陈良宇犯受贿罪,判处有期徒刑14年,没收个人财产人民币30万元;犯滥用职权罪,判处有期徒刑7年,两罪并罚,决定执行有期徒刑18年,没收个人财产人民币30万元。

张荣坤的官商勾结之路

社址:上海市延安中路839号(邮编200040) 电话:021-62471234 传真:62475181 E-mail:dfzb@wxjt.com.cn 印刷:文新集团印务中心 发行热线:800-820-8696 广告投热线:62890078

Dongfang Zaobao du 12 avril 2008

L'affaire Chen Liangyu confirme la toute puissance du Département de la propagande quand l'actualité met en cause les intérêts directs du pouvoir et des dirigeants. Bien que commercialisé, le Dongfang se doit de plier aux ordres du pouvoir sous peine de sévères sanctions. Dans cette affaire, le Dongfang redevient la simple voix de son maître. Il renonce à toute originalité dans la forme et dans le contenu.

de la publication d'un drapeau de Taiwan. Un mystérieux lecteur aurait téléphoné au Département de la propagande pour lui signaler cette "faute politique". Vérification faite par la rédaction, le drapeau en question est celui de la Birmanie, pays membre de l'ASEAN. Son dessin et ses couleurs sont quasi identiques à ceux du drapeau taiwanais. Seul les emblèmes nationaux insérés en haut à gauche les distinguent. Le dénonciateur du Département de la propagande a donc confondu les drapeaux birmans et taiwanais.

À supposer que ce mystérieux lecteur existe, il faut noter qu'il s'est adressé au Département de la propagande et non pas au *Dongfang*. « *Ce type de plaintes est fréquent et parfois tellement ridicule que nous pouvons ne pas en tenir compte,* note un éditeur photo. *Mais quand des dizaines de lecteurs se plaignent auprès du Département de la propagande, celui-ci se sent obligé de faire quelque chose, d'exercer une pression sur le journal qui doit alors s'expliquer, voire s'excuser.* » Cette situation lui fait dire que'en Chine, « *il manque un organisme de contrôle interne. Le contrôle est exercé depuis l'extérieur par des personnes plus âgées qui souvent ne connaissent pas bien le journalisme* ».

4) Les manifestations en Birmanie, septembre 2007

A la suite d'une augmentation des prix des carburants et des transports en communs, des manifestations éclatent en Birmanie, fin août 2007. Soutenues par les moines bouddhistes, elles gagnent en ampleur au point de menacer la junte au pouvoir à Rangoun. Ces événements concernent de près la Chine, pays voisin et allié des militaires birmans. La Chine obtient de la Birmanie d'importantes ressources naturelles (gaz et bois notamment) et un accès à l'océan indien.

L'étroitesse des liens entre la Chine et la Birmanie, la crainte que des manifestations pro-démocratiques dans un pays voisin ne rappellent celles de Pékin, en 1989, l'exemple que pourrait représenter les moines birmans pour leurs collègues tibétains, conduit le Département de la propagande à surveiller

de près la couverture de ces événements par les médias chinois ³.

Dans un premier temps le Département de la propagande impose le silence complet sur les événements birmanes. La presse chinoise se voit ainsi privée de l'avantage que constitue la présence à Rangoun d'un bureau de l'agence Chine nouvelle alors que les grandes agences de presse internationales n'ont pas de représentants dans la capitale birmane. Les journalistes de Chine nouvelle à Rangoun rédigent sûrement des dépêches au sujet des manifestations, mais elles restent "internes", pratique qui consiste à priver le grand public de certaines informations et à ne les distribuer qu'aux seuls dirigeants chinois. Cette pratique perdure jusqu'au 25 septembre. Mais à cette date, la position du Département de la propagande devient intenable. L'ampleur des manifestations, la couverture dont elles font l'objet de la part de la presse étrangère, les liens que soulignent la presse étrangère entre la Birmanie et la Chine, enfin, la possibilité pour les Chinois de s'informer des événements birmanes sur internet, obligent le Département de la propagande à changer d'attitude. Il autorise la diffusion au grand public d'une dépêche de Chine nouvelle et de photos d'agences de presse étrangères passées au filtre de Chine nouvelle. Cependant, il interdit aux journaux d'évoquer les événements de Rangoun en page de couverture. C'est pourquoi le *Dongfang* publie seulement en page 26 de son édition du 26 septembre une dépêche de Chine nouvelle et une photo de Reuters créditée Chine nouvelle/Reuters. Verticale, en couleurs, la photo montre la foule des manifestants conduits par des moines en toge safran. Dans les jours suivants, le journal reste sur cette ligne : publier en page intérieure une dépêche de Chine nouvelle et une photo de Reuters passée par Chine nouvelle.

³ Gardner Dinah, « China's media cautious on Myanmar », 5 octobre 2005, <http://www.atimes.com/atimes/China/IJ05Ad03.html>



WORLD

2007.9.28 星期五 责任编辑:魏慧 类编:裘亮

德国女政客建议: 婚姻誓约有有效期七年 A21

关注缅甸局势

缅甸军警打死一示威者 中国希望尽快恢复稳定

新华社北京9月27日电 缅甸有关方面27日出版的官方报纸《缅甸新光报》确认,在仰光26日发生的僧侣和民众示威游行中,有一名未被确认身份的30岁男性示威者被打死。在仰光、曼德勒两大城市25日深夜宣布实行宵禁和禁止集会游行后,包括僧侣和民众在内的数万人,26日仍在仰光继续举行游行示威。《缅甸新光报》报道说,在市中心地区的一队示威者约有1万人。报道说,示威者企图冲破警戒线,并向安全部队投掷石块,安全部队人员随即开枪,一名示威者被打死,3名示威者被打伤,两辆摩托车被毁。另据目击者说,军警在多个地点鸣枪示警,并摧毁路边房屋。

另据新华社联合国电、联合国秘书长潘基文的发言人26日发表声明说,鉴于缅甸局势动荡,前联合国副秘书长卜拉希耶、甘巴里将作为潘基文特使访问缅甸,向缅甸政府提供配合甘巴里的访问,并借联合国提供的帮助,以和平对话方式解决国内矛盾。



9月27日,缅甸仰光街头,安全部队驱散示威的人群。新华社路透 图

新华社北京9月27日电 外交部发言人姜瑜27日在例行记者会上表示,中国希望缅甸问题有关各方保持克制,妥善处理当前发生的问题,不要使事态进一步复杂化、扩大化,不要影响缅甸稳定,更不要影响本地区的和平与稳定。

“作为缅甸的邻国,中方十分关注缅甸的局势。我们希望缅甸方致力于改善民生,维护民族团结,处理好国内社会矛盾等有关问题,尽快恢复稳定。”姜瑜说。

针对国际媒体指责中方在缅甸问题上未充分发挥作用,姜瑜说,中方希望国际媒体实事求是,进行客观报道,不要推波助澜。“我们关注到个别媒体发表了一些指中方的不实之词,这是对中国别有用心污蔑。”姜瑜表示,中方注意到联合国安理会就缅甸局势举行磋商,并由主席向媒体发表谈话,中方作为国际社会应为缓和缅甸国内局势提供建设性帮助。中方支持联合国秘书长及其缅甸问题特别顾问甘巴里的斡旋活动。

◆国家免检产品 ◆上海市著名商标 ◆上海名牌产品

安信地板

100万白金

回馈上海滩!

空前绝后, 史无前例的真情奉送!!! 数量有限, 机不可失! 活动时间: 9.28-10.7

地板不加价 白金等你拿	品牌是保证 安信有特价	情人又甜人 买一送一
购买安信木地板8.8平米以上, 赠送价值688元实木白金赠针一枚; 购买安信木地板16.6平米以上, 赠送价值1288元老藤白金钻石赠针一枚; 购买安信木地板33.2平米以上, 赠送价值2288元老藤白金钻石赠针一枚; 少送688元老藤白金赠针一枚。	白栎木 989x725x18mm 830 179.99 起 大栎木 795x125x18mm 840 199.99 起 细纹豆 929x122x18mm 860 209.99 起 金叶苏木 929x182x17mm 880 249.99 起 碧二翅豆 929x182x17mm 880 249.99 起	安信强化地板情人系列 每块价99元 安信强化地板甜人系列 每块价109元 活动期间购买安信强化地板系列产品 买10送1*

◆更多特价产品请至实体店咨询。

安信地板文化体验馆 Tel: 41073905
安信地板体验馆 Tel: 41073905
安信地板体验馆 Tel: 41073905
安信地板体验馆 Tel: 41073905
安信地板体验馆 Tel: 41073905
安信地板体验馆 Tel: 41073905
安信地板体验馆 Tel: 41073905
安信地板体验馆 Tel: 41073905
安信地板体验馆 Tel: 41073905
安信地板体验馆 Tel: 41073905

A&W
安信地板
客服热线: 400-888-1628
网址: www.axnfloor.com

Dongfang Zaobao du 29 septembre 2007, page 17

Toutefois, dès le 27 septembre, le *Dongfang* valorise sa couverture des événements birmanis. Il insère une tête spéciale comportant la photo détournée d'un moine brandissant un haut-parleur et le surtitre « Spécial événements de Birmanie ». Ainsi par la mise en page, il repousse au maximum les limites imposées par la propagande. En même temps, par le texte le journal se conforme exactement aux directives du Département de la propagande. Il reproduit la dépêche de Chine nouvelle qui affirme que « le gouvernement du Myanmar a fait preuve de retenue dans la gestion de la protestation des moines et n'a pas

recouru à la force ».

Par la suite, les principales étapes des événements birmans sont illustrées en photos : la répression des manifestants et les rencontres entre l'émissaire des Nations unies Ibrahim Gambari avec Aung San Suu Kyi et avec le chef de la junte le général Than Shwe.

La couverture par le *Dongfang* du meurtre du journaliste japonais Kenji Nagai, abattu par un soldat, le 27 septembre, tranche avec les autres journaux chinois. Ces derniers ne publient pas les photos du meurtre ou bien reproduisent, au mieux, des photos recadrées sur lesquelles on ne voit pas les militaires et les manifestants en fuite. Cependant, le *Dongfang* publie, le 28 septembre, la photo de Reuters dans son contexte : au premier plan, sur la droite de l'image, le militaire pointe encore son arme en direction du journaliste effondré sur lequel il vient de tirer à bout portant ; sur la gauche, au deuxième plan, la foule paniquée fuit les soldats qui la chasse. La même photo est publiée par la presse internationale, par exemple par *Libération* le 28 septembre, dans un cadrage quasi identique. Le *Dongfang* a choisi de publier la photo qui lie clairement l'assassin à sa victime et par conséquent accuse le régime militaire birman. Malgré ce traitement digne de la presse internationale, le *Dongfang* sait jusqu'où ne pas aller. C'est de lui-même qu'il renonce à reproduire une caricature du journal sud-africain *Mail&GuardianOnline* inspirée de la célèbre image du manifestant chinois qui, en juin 1989, a arrêté une colonne de chars à Pékin. Le dessin représente le prix Nobel de la paix Aung San Suu Kyi face à un char birman, lui-même soutenu par un char chinois encore plus grand. La caricature rappelle un événement tabou dans l'histoire contemporaine chinoise et elle associe la Chine à la répression des manifestants birmans. Plutôt que de risquer les foudres du Département de la propagande, le *Dongfang* a préféré s'autocensurer.



Caricature censurée par le *Dongfang Zaobao*

Les manifestations en Birmanie illustrent un jeu d'équilibre entre une dose d'autonomie du *Dongfang* et le Département de la propagande. Sur ordre de ce dernier, le journal n'évoque pas les manifestations en page de couverture et il ne publie que des dépêches et des photos de Xinhua. En même temps, il exploite au maximum ses marges de manœuvre. Dès que le Département de la propagande n'interdit plus d'évoquer les manifestations en Birmanie, le journal y consacre une importante couverture dont il valorise de surcroît la mise en page.

5) Le tremblement de terre du Sichuan, mai 2008

Survenu le 12 mai 2008, le tremblement de terre du Sichuan ravage un territoire grand comme l'Espagne. Le décompte officiel chiffre le nombre de morts à 68712 et celui des disparus à 17921.

La puissance dévastatrice du séisme et le fait qu'il survienne en Chine en font une actualité idéale pour les journaux commercialisés qui fondent une partie de

leur réussite commerciale sur la couverture d'événements tragiques. De par son ampleur, il offre même l'archétype des événements dramatiques. Le journal a-t-il changé ses habitudes à l'occasion de cet événement hors du commun ? A-t-il pris des distances avec les ordres du Département de la propagande ? Quelle évaluation les journalistes du *Dongfang* font-ils de leur couverture du tremblement de terre ?

影 响 力 至 上
ORIENTAL MORNING POST

5月13日 星期二
2008年 农历戊子年四月初九
上海地区促销价0.5元
今日3叠56版

东方早报

联系我们 热线:962288 MSN:dfdaily@hotmail.com E-mail:ddh@wxjl.com.cn 网址:www.dfdaily.com 文新传媒:www.news365.com.cn

四川汶川7.8级地震

8533 (截至发稿时四川省统计数据) 人死亡

汶川通讯、交通依然中断,人员伤亡不明
地震波及北京、上海等十几个省市 全国大部有震感
已发生余震527次,其中最大余震为6级

胡锦涛作重要指示:尽快抢救伤员,保证灾区人民生命安全
温家宝抵灾区指挥:工作特别紧迫,责任特别重大,任务特别艰巨

▶▶ 详见A2-A13版

上海数字地震台网2008年5月12日14:28测得的四川汶川7.8级地震记录图

社址:上海市延安中路839号(邮编200040) 电话:021-62471234 传真:62475181 E-mail:dfzb@wxjl.com.cn 印刷:文新集团印务中心 发行热线:800-820-8896 广告投报热线:62890078

Dongfang Zaobao du 13 mai 2008

Le tremblement de terre a lieu le 12 mai à 14h28. Sa nouvelle est rapidement connue. L'agence Chine nouvelle diffuse une première dépêche dans les minutes qui suivent le tremblement. La dépêche de Chine nouvelle est affichée sur les

sites webs tels Baidu et Sina. Ainsi, dans la demi-heure qui suit le drame, les rédactions et la population sont informés de l'événement. Dès lors s'engage une course contre la montre entre les journaux commercialisés, l'agence officielle Chine nouvelle et le département de la propagande. Les journaux commercialisés s'empresse de désigner des envoyés spéciaux pour le Sichuan, Chine nouvelle (qui dispose d'une agence à Chengdu) veut autant que possible s'approprier la couverture de l'événement, le département de la propagande s'efforce de « guider » les médias.

L'analyse porte sur 19 éditions du *Dongfang*, du 13 au 31 mai. Elle concerne non seulement les pages de couverture, mais aussi l'ensemble de la pagination que le journal consacre au tremblement de terre, soit un total de 248 pages et 321 images. 308 images sont des photographies et 13 des infographies.

L'examen des images est complété par des entretiens avec des éditeurs photos et des photographes du journal.

a) Une couverture exceptionnelle

Sur toute la durée étudiée, le *Dongfang* envoie une trentaine de journalistes dans les zones touchées par le tremblement de terre, dont 8 photojournalistes. Cette mobilisation exceptionnelle se traduit par une forte productivité. Sur l'ensemble de la période étudiée, le journal consacre en moyenne 13 pages par jour à l'événement ; ce chiffre grimpe à 17,4 durant les dix premiers jours.

L'examen des 308 photographies publiées au sujet du tremblement de terre témoigne d'une forte proportion d'images réalisées par le *Dongfang*. Le journal est à l'origine de 45% du total des photos, soit un quasi doublement de sa part par rapport à la moyenne constatée entre 2003 et 2007.

22% des photos proviennent de Chine nouvelle, 6% d'agences de presse chinoises ou étrangères. 11% des photos correspondent à d'autres sources : particuliers, secouristes, autres médias (notamment la télévision centrale CCTV). Les crédits de 16% des photos ne sont pas indiqués.

L'essentiel des photos non créditées proviennent d'agences de presse étrangères. Le *Dongfang* ne les crédite pas car il n'a, en principe, pas le droit de les acquérir directement. Par exemple, la photo publiée le 29 mai, sur une double page, d'un hélicoptère au décollage est l'œuvre de Nicky Loh de l'agence Reuters, mais elle n'est pas créditée.

La proportion d'images produites par le *Dongfang* est encore plus forte si on intègre au calcul les 13 infographies publiées en mai, puisque 12 d'entre elles sont l'œuvre du Centre visuel du journal.

Dans le cas des seules photographies principales, la proportion de photos de l'agence Chine nouvelle prédomine sur celle du *Dongfang* à raison de 8 contre 6. Cette inversion s'explique pour trois raisons. Le 12 mai, le *Dongfang* ne dispose pas encore de photographes dans les zones touchées. La première photo du *Dongfang* à paraître en Une du journal est publiée le 16 mai. Lorsque son premier photographe est sur place, le 13 mai, le journal renvoie ses images en pages intérieures (édition du 14 mai) car il craint que le département de la propagande lui reproche d'avoir enfreint son interdiction de se rendre sur place. Par ailleurs, il lui est interdit de réaliser lui-même les photographies des dirigeants chinois publiées en Une les 20, 24 et 25 mai. Cependant, le *Dongfang* est à l'origine de la première image consacrée au séisme, le 13 mai : un enregistrement du tremblement de terre par la station sismique de Shanghai. L'origine des photos de la page de couverture est fortement corrélée avec les thèmes abordés. Sur les 8 photographies de Chine nouvelle, 4 illustrent les secours aux sinistrés, 3 l'action des dirigeants du pays, 1 l'ampleur du désastre. De leur côté, les 6 photographies du *Dongfang* représentent toutes des habitants des zones touchées. Cette différence recoupe des priorités éditoriales différentes : Chine nouvelle se focalise sur l'action des secours et des dirigeants, le *Dongfang* s'intéresse au sort des personnes.

Le bousculement de la mise en page témoigne aussi de la couverture exceptionnelle que le journal accorde au séisme. Du 13 au 21 mai, le *Dongfang*

réserve la totalité de sa page de couverture au tremblement de terre. Aucun autre sujet n'est abordé en Une. La mise en page est également bouleversée. Elle comporte au maximum deux titres, contre 4 à 6 en temps normal, et 1 ou 2 images contre 3 ou 4. Le format de la photo principale s'agrandit et occupe près de la moitié de la page. De plus, le bandeau de la colonne de gauche disparaît. La mise en page retrouve sa forme habituelle à partir du 22 mai, à l'issue des trois jours de deuil national, du 19 au 21 mai.

Sur ordre du département de la propagande adressé à l'ensemble de la presse chinoise, l'ensemble du journal est édité en noir et blanc, le 19 mai, au premier des trois jours de deuil national. Le journal n'a pas non plus le droit d'insérer de la publicité. Sa page de couverture ne comporte qu'un texte en noir rédigé par le Département de la propagande et n'intègre pas de photo.

Sur les 19 éditions étudiées, seules celles du 23 mai et du 29 consacrent leurs images principales à un autre sujet. Celle du 23 mai est consacrée au passage de la flamme olympique à Shanghai, celle du 29 mai à la rencontre entre Hu Jintao et Wu Poh-siung, le président du Parti nationaliste à Taiwan.

b) Les habitants plutôt que les dirigeants

Les 308 photographies publiées par le *Dongfang* du 13 au 31 mai peuvent être rangées en six figures de l'actualité : des secours, des victimes, des habitants, la solidarité, une catastrophe, des dirigeants. Leur hiérarchie montre que le *Dongfang* accorde davantage d'importance au compte-rendu de la souffrance et de la vie des habitants qu'à l'action des dirigeants.

Figure principale, les secours illustrent 30% des photos publiées. Elles montrent les secouristes à l'œuvre et les moyens mobilisés pour venir en aide aux victimes du séisme. Souvent, elles montrent les secouristes extrayant des blessés de sous les décombres. Aucune photo, ni aucun article, ne rend compte d'éventuelles lenteurs des secours, de leur inorganisation et inadaptation ou de mécontentement de la population à leur égard. Au contraire, les photos des

secours illustrent la mobilisation des hommes et des moyens par le pouvoir, l'abnégation des secouristes dans un environnement des plus difficiles.

La figure des victimes arrive en deuxième position avec 24% des photos. Morts et blessés sont au milieu des gravats, portés par des secouristes ou bien accueillis dans des structures de soins. Ils sont réduits à l'état de sujets des fureurs de la nature. Certaines photos montrent des habitants en pleurs à côté des corps de leurs proches, des mères inconsolables de la perte de leurs enfants. En troisième position arrive la figure des habitants avec 14% des photos. Il s'agit des habitants qui vivent dans les zones touchées par le séisme sans être eux-mêmes blessés. Les photos les montrent dans l'attente de secours, attendant la distribution de nourriture ou d'eau, trouvant à se loger dans des tentes. Dans la dernière semaine de mai apparaissent des photos d'enfants reprenant l'école. La proportion de photos de la figure des habitants augmente au fur et à mesure que la phase de secours initiale s'achève et que la vie reprend un cours plus normal.

Les photos illustrant l'ampleur de la catastrophe comptent pour 12%. Elles montrent l'énormité des dégâts infligés aux infrastructures, aux bâtiments et à l'environnement. Prises de vue aériennes de centres-villes détruits, immeubles effondrés et éboulements de terrain attestent de l'ampleur de la catastrophe. Aucune photo n'illustre les raisons humaines ou techniques qui peuvent avoir facilité l'effondrement d'un bâtiment.

La figure de la solidarité représente 14% des photos. Pour l'essentiel, elles sont prises en dehors des zones touchées par le séisme, à Chengdu ou dans les grandes villes de l'est de la Chine. La mobilisation des habitants de Shanghai est mise en exergue lors de dons du sang et d'argent. La minute de silence du 19 mai en l'honneur des victimes du tremblement de terre marque le temps fort de cette figure.

La figure des dirigeants concentre 5% des photos. Dans l'écrasante majorité, elles concernent les visites du Premier ministre Wen Jiabao dans les zones

touchées par le tremblement de terre, à partir du 17 mai. Venu apporter son réconfort aux habitants et encourager le travail des secouristes, le Premier ministre réalise aussi une campagne de communication au bénéfice d'un régime qui veut se montrer proche des gens. Ses apparitions lui valent le surnom de "grand-père Wen". Ses visites interviennent au moment où des doutes se font jour au sujet de la qualité de la construction des écoles. Cependant, aucune apparition de Wen Jiabao ne sert à documenter une enquête sur la qualité des constructions ou à pointer des responsabilités humaines dans la catastrophe. Une analyse du vocabulaire des titres des articles menée par Xue Ke, Chen Xi et Yu Mingyang confirme que les victimes sont le premier thème. Les trois chercheurs chinois trouvent que les titres du *Dongfang* portent pour 27% sur les victimes, 25% sur les dirigeants, 15% sur les habitants, 12% sur les secours, 12% sur la solidarité. Ces chiffres les conduisent à affirmer que le séisme « marque un grand progrès dans la façon dont les journaux chinois rendent compte d'événements dramatiques »⁴. Ils comparent aussi les titres du *Dongfang* avec ceux de 4 autres quotidiens de Shanghai : il s'avère que ceux du *Dongfang* ont la particularité de porter le plus sur les habitants. Toutefois, une différence importante apparaît dans les proportions des thèmes : la part des titres qui portent sur les dirigeants est bien plus forte que celle des photographies.

c) Rares images de morts

Alors que le tremblement de terre fait près de 70 000 morts, le journal ne publie que quelques rares photos sur lesquelles apparaissent des cadavres. À l'exception d'une photo d'un enfant, publiée le 13 mai, elles ne montrent pas les visages des

⁴ Xue Ke, Chen Xi, Yu Mingyang, « *Shanghai 5 jia zhuliu baozhi guanyu 5.12 dizhen xinwen baodaode zhutici yanjiu* » (Analyse du vocabulaire des titres de 5 grands journaux de Shanghai au sujet du tremblement de terre du 12 mai), *Xinwen daxue*, volume 3, 2008, pp. 53-62.

morts. Les autres photos de cadavres montrent des jambes, des corps jusqu'au niveau du tronc, des bras. À leur vue, le lecteur comprend qu'ils représentent des morts, mais celle-ci est évoquée de façon indirecte. Elle n'est pas illustrée dans toute son horreur. Pourtant le journal dispose de très nombreuses photos de morts. Ses propres photographes en ont pris et les agences de presse étrangères en diffusent de nombreuses. Certaines images montrent sans détours les violences subies par les corps.

Le refus de publier ces images renvoie à un tabou à l'égard de l'image des morts. Il n'est pas spécifique au tremblement de terre du Sichuan. Le journal se refuse toujours à publier des images de morts et de corps mutilés car il estime qu'elles sont irrespectueuses envers les personnes concernées. « *Nous ne voulons pas verser de sel dans la plaie des personnes qui souffrent* », précise l'éditeur photo Yue Qiang. « *Je n'ai pas vu la photo avec l'enfant mort, se souvient Chang He. Si je l'avais vu, je ne l'aurais pas laissé publier. Cette décision n'est pas dictée par la censure, elle est propre au journal. Pour les accidents miniers ou de circulation à Shanghai, nous ne publions pas non plus les photos de morts. Nous ne voulons pas effrayer les lecteurs avec des photos de morts.* » Ce tabou rappelle le vieux principe confucéen qui prescrit qu'une personne doit préserver l'intégrité du corps que lui ont donné ses parents. Dans les *Entretiens de Confucius*, un maître sur le point de décéder s'exclame : « *Voyez mes pieds ! Voyez mes mains !* »⁵. Il montre ainsi à ses disciples qu'il a su préserver l'intégrité de son corps. À rebours, le *Dongfang* cache les images de pieds, de mains et de visages des personnes que le tremblement de terre prive de leur intégrité physique.

Par ailleurs, le journal publie des dizaines de photos de personnes décédées lors du séisme. Mais, il s'agit de photos d'identité prises du vivant de ces personnes, images qu'il se procure auprès des proches des décédés.

⁵ Ryckmans Pierre, *Les entretiens de Confucius*, Chapitre VIII.3, 1987.

Les images de blessés sont plus nombreuses que celles de morts. Mais elles aussi sont marquées par la volonté de ne pas attenter à la face des blessés. Il est rare de voir les visages des blessés, et quand c'est le cas, c'est après qu'ils aient été soignés et soient devenus plus présentables. De plus, les blessés sont toujours entourés par des secouristes ou de la famille. Jamais ils ne sont seuls.

Le tabou des morts et des blessés est encore renforcé par le constat qu'aucune photo de la page de couverture ne montre la douleur, la souffrance, des survivants. Quand le journal publie ces photos, ils les renvoient en pages intérieures. Ainsi, alors qu'en tant que journal commercialisé, le *Dongfang* est intéressé par la publication de photos émotives, il ne publie pas en Une les plus émotives des images.

d) Repousser les limites

Incité par l'importance de l'événement, le *Dongfang* tente de repousser les limites que pose le Département de la propagande à son travail.

Chasser en meute

« *Aucun média n'est autorisé à envoyer des journalistes dans la zone du désastre* », ordonne une circulaire du Département de la propagande dans l'après-midi du 12 mai. Cette circulaire tombe environ deux heures et demi après le tremblement de terre. Elle prend à rebrousse poil l'ensemble des médias chinois qui s'appêtent, dès qu'est connue la nouvelle du tremblement de terre, à envoyer spéciaux au Sichuan. Mais si, en temps normal, les médias se plient aux ordres du Département de la propagande, dans le cas du séisme certains décident de passer outre. Cette attitude de défi s'explique par le fait que le tremblement de terre est un événement national, d'ordre spectaculaire et, a priori, dénué d'implication politique. Le fait qu'il soit un événement national au lieu d'être limité à une ville particulière favorise un effet de masse : tous les médias, et non pas seulement un seul ou quelques uns originaires d'une même ville, sont

concernés par ce qui se passe au Sichuan. Chacun de ses médias fait le pari que les autres vont envoyer leurs journalistes au Sichuan. « *Lorsque des dizaines de journaux envoient des journalistes au même endroit, il devient difficile pour le Département de la propagande de leur interdire l'accès à cet endroit* », explique un photographe du journal. Cette technique de “chasse en meute” réussit à faire exploser la digue que le Département de la propagande tente d'ériger.

Les journaux commercialisés sont à la pointe du mouvement. Et parmi eux, le *Dongfang* s'avère l'un des premiers à réagir. Lorsque la circulaire du Département de la propagande tombe dans la rédaction, deux de ses journalistes s'apprêtent déjà à monter dans un avion pour Chengdu, la capitale de la province du Sichuan. Le journal décide de ne pas les rappeler. Le lendemain, le Département de la propagande émet une nouvelle circulaire qui prend acte du fait que de nombreux médias n'ont pas respecté l'interdiction initiale de se rendre sur place. Cette fois, il exige des journalistes qu'ils se déplacent toujours avec les équipes de secours, sans doute dans l'espoir qu'ils se contenteront de rendre compte du travail des secouristes.

Les deux envoyés spéciaux du *Dongfang* sont le rédacteur Yu Song et le photographe Wang Juliang. Ils arrivent le 13 mai dans des zones touchées par le séisme, notamment Dujiangyan. Les premières photos prises par Wang Juliang paraissent dans le *Dongfang* le 14 mai. Elle montre l des familles pleurant des morts et le travail des secouristes. Wang Juliang est ainsi l'un des premiers photographes qui ne dépend de l'agence Chine nouvelle à envoyer des photos depuis le Sichuan. Son travail et celui de son collègue est salué par Howard French dans le *New York Times* du 18 mai : « *Leur article a rempli une page entière de l'édition du Dongfang du prochain jour, formant un des premiers comptes-rendus non officiel de la tragédie par des journalistes chinois. Il comportait une description graphique du lieu ainsi que des photos d'une mère en deuil, d'un enfant secouru et des corps enveloppés dans des draps blancs.*

*L'article risquait d'autant plus d'offenser les censeurs en publiant une page de couverture toute noire soulignant l'ampleur de la catastrophe »*⁶. L'article de Howard French souffre d'erreurs factuelles : les premières photos de Wang Juliang paraissent le 14 mai et non pas le 13, et la page de couverture noire date du 13 mai et non du 14. Cela n'empêche pas Howard French de pointer l'essentiel : la décision du *Dongfang* d'envoyer les deux journalistes au Sichuan malgré l'interdiction du Département de la propagande démontre sa volonté de repousser les limites imposées par la censure.

Se déplacer librement

La volonté d'émancipation du *Dongfang* par rapport au Département de la propagande est confirmée par le comportement de ses envoyés spéciaux sur le terrain. Au lieu de se contenter de suivre les équipes de secours comme l'intime le Département de la propagande le 13 mai, les journalistes décident eux mêmes des lieux de reportages et des personnes à rencontrer. Ils rendent compte des secours mais ne se limitent pas à cet aspect des choses. Par ailleurs, ils n'empruntent pas en priorité les moyens de transports des équipes de secouristes comme le font les journalistes de Chine nouvelle, mais se déplacent en bus publics ou en voitures individuelles, quand ce n'est pas à pied en raison des routes impraticables.

Le nombre des envoyés spéciaux et leur mobilité deviennent d'ailleurs des arguments commerciaux. Le 15 mai, le *Dongfang* publie en bas de la page de couverture les portraits des journalistes qui se trouvent à ce moment au Sichuan. La carte précise leur localisation dans 7 endroits différents.

⁶ French Howard, « Earthquake Opens Gap in Controls on Media », *New York Times*, 18 mai 2008.

5月15日 星期四
2008年 农历戊子年四月十一
上海地区促销价 0.5元
今日5叠88版

东方早报

SUNDAY
好运三得利
好运之旅 85天
启程总有
详情垂询好运热线
(021) 52865889/6081299/299/299

联系我们 热线:962288 MSN:ofdaily@hotmail.com E-mail:rdh@wxjt.com.cn 网址:www.dfdaily.com 文新传媒:www.news365.com.cn

胡锦涛江泽民等带头捐献 激励灾区人民万众一心

汶川八镇夷为平地



5月14日航拍的地震后汶川县城秀锦。

新华社 陈凯 图

截至14日下午2时,遇难人数为14866人

正在现场

四川省

子航 中国新闻网 汶川发生当晚从上海赶赴成都,次日凌晨 抵达都江堰聚源中学避难所,参与中 国红十字会汶川救灾,全程7000公里。	王凯 图片采编部 汶川地震后从上海赶赴成都,次日凌晨 抵达都江堰聚源中学避难所,参与中 国红十字会汶川救灾,全程7000公里。	凌毅 大都会新闻部 13日下午随上海浦东电视台随队报道 汶川地震,次日凌晨抵达成都,次日 凌晨随队赴汶川救灾。	张凯 图片采编部 汶川地震后从上海赶赴成都,次日凌晨 抵达都江堰聚源中学避难所,参与中 国红十字会汶川救灾,全程7000公里。
顾文剑 大都会新闻部 14日赴上海浦东电视台随队报道 汶川地震,次日凌晨抵达成都,次日 凌晨随队赴汶川救灾。	王全宝 中国新闻网 13日赴北京,次日凌晨 凌晨随队赴汶川救灾。	岳巍 中国新闻网 14日赴北京,次日凌晨 凌晨随队赴汶川救灾。	赵向 图片采编部 随队赴汶川救灾,次日凌晨 凌晨随队赴汶川救灾。
魏光洲 中国新闻网 14日赴北京,次日凌晨 凌晨随队赴汶川救灾。	李松平 中国新闻网 14日随队赴汶川救灾,次日 凌晨随队赴汶川救灾。	曹勤 中国新闻网 14日赴北京,次日凌晨 凌晨随队赴汶川救灾。	孙翔 大都会新闻部 14日赴上海,次日凌晨 凌晨随队赴汶川救灾。

社址:上海市延安中路839号(邮编200040) 电话:021-62471234 传真:62475181 E-mail:dfzb@wxjt.com.cn 印刷:文新集团印务中心 发行热线:800-820-8696 广告投报热线:62890078

Dongfang Zaobao du 15 mai 2008

Durant les premiers jours, les autorités locales ne se préoccupent pas de leur présence. « Les gouvernements locaux étaient débordés par la situation, se souvient un photojournaliste. Nous pouvions aller où nous voulions sans nous faire accréditer et nous n'avions même pas besoin de montrer nos cartes de presse pour pouvoir travailler. » Toutefois, certains lieux confinés sont restés fermés aux journalistes du Dongfang, comme par exemple le stade de Mianyang où ont été regroupés des dizaines de milliers de réfugiés de la ville de Beichuan, une des villes les plus touchées par le séisme.

La liberté de circulation dont bénéficiaient les journalistes durant les premiers jours suivant le tremblement de terre a donné l'impression que le gouvernement chinois avait assoupli sa politique de contrôle de la presse. En réalité, celle-ci a profité du chaos engendré par le tremblement de terre et de la désorganisation initiale des autorités locales. Passés les premiers jours, les autorités locales ont progressivement repris le contrôle de la situation. Toutefois, cette période de liberté a permis aux journalistes de se familiariser avec le terrain et avec la problématique du séisme. Des nombreuses rencontres avec des habitants et des secouristes leur ont permis de se faire une idée indépendante de la situation et d'enregistrer des images et des témoignages qui leurs seraient restés inaccessibles en temps normal.

S'abriter derrière les dirigeants

Le traitement des dirigeants chinois par le *Dongfang* témoigne également d'une volonté de repousser des limites habituelles. Il donne même lieu à une première : la publication, le 17 mai, d'une photo de Hu Jintao réalisée par un photographe du journal. Banale pour tout média de pays démocratique, la publication de cette photo prise par Wu Juliang contredit les ordres du Département de la propagande qui réservent à l'agence Chine nouvelle et aux organes centraux la production et la diffusion de photos des dirigeants nationaux chinois.

Une part de hasard entre dans la prise de cette photo : Wu Juliang se trouve justement dans la ville que visite Hu Jintao et il en profite pour faire les photos. Le journal met aussi à mal le protocole habituel, le 15 mai, en renvoyant en pages 4 et 5 des photos de Wen Jiabao au lieu de les publier en Une ou bien en pages 2 ou 3.

5月20日 星期二
2008年 农历戊子年四月十六
上海地区定价0.5元
今日2叠40版

东方早报

截至19日12时
遇难34073人

联系我们 热线:962288 MSN:dfdaily@hotmail.com E-mail:rdh@wxjt.com.cn 网址:www.dfdaily.com 文新传媒:www.news365.com.cn



5月19日下午2时28分,胡锦涛、江泽民、吴邦国、温家宝、贾庆林、李长春、习近平、李克强、贺国强、周永康在北京等地,同全国各族人民一起,向四川汶川大地震遇难同胞默哀。新华社 樊如钧 摄

多难兴邦

昨日14时28分起,全国人民为汶川大地震遇难同胞默哀3分钟

6-7级余震预警 川渝陕连夜疏散

本报特派记者 龙敏 发自成都
震后哀悼,告别哀悼,哀悼哀悼哀悼.....
昨日,四川地震局发布通告称,根据中国地震局《关于汶川8.0级地震近期余震趋势意见的报告》,汶川8.0级地震余震活动水平为6-7级左右,5月19日-20日汶川8.0级地震区余震发生的可能性较大。
重庆市政府公众信息网当日也发布公告称:据地震部门报告,19-20日在汶川震区附近有可能发生6-7级余震,重庆各地将会有明显震感。请广大市民注意安全。市抗震救灾指挥部将随时向大家报告。
接到这一消息后,成都各个宾馆的服务人员立即通知所有的客人撤离。
昨晚11时,当本报记者撤离宾馆时,发现成都的街头已经站满市民。
据悉,正在灾区的前方救援队昨晚都已经接到紧急命令,必须在帐篷之外过夜,不能睡觉,要时刻警惕可能发生强烈余震,以及余震后的山体滑坡、泥石流等灾害。
▶ 详见 A10-19 版

社址:上海市延安中路839号(邮编200040) 电话:021-62471234 传真:62475181 E-mail:dfzb@wxjt.com.cn 印刷:文新集团印务中心 发行热线:800-820-8696 广告投报热线:62890078

Dongfang Zaobao du 21 mai 2008

Autre exemple, le 20 mai, quand le *Dongfang* publie sur sa page de couverture une photo en couleurs alors que le Département de la propagande exige que les journaux paraissent seulement en noir et blanc durant les trois jours de deuil national. Habilement, le journal s'abrite des foudres de la censure en publiant une photo de Hu Jintao, Wen Jiabao et des principaux dirigeants chinois lors d'une minute de silence. Quel responsable du Département de la propagande osera le critiquer pour avoir publié une photo des dirigeants nationaux réalisée par l'agence Chine nouvelle ?

e) Le tabou des écoles doufu

De 5000 à 10000 enfants et enseignants sont morts dans l'effondrement d'écoles lors du séisme. De nombreux parents et observateurs font rapidement le constat que, souvent, les écoles se sont effondrées tandis que des bâtiments officiels restaient debout. Le soupçon est ainsi né que les écoles étaient mal construites. Le constat conduit à penser que le tremblement de terre n'est pas seulement un désastre naturel mais aussi humain pour lequel des responsables doivent être trouvés.

Le Département de la propagande est très rapidement conscient du danger politique que représente pour le Parti communiste l'idée que des responsables n'ont pas veillé à la qualité de la construction des écoles. Dès le 13 mai, il diffuse aux médias l'ordre de « *ne pas soulever dans les reportages sur les secours dans le tremblement de terre de Wenchuan de cas particuliers de secours dans des écoles* ».

De fait, dans les semaines qui suivent, le *Dongfang* ne publie aucune photo de parents critiques à l'égard des autorités ou bien de manifestations de parents qui réclament Justice. Le journal ne procède pas non plus à un recensement des écoles qui se sont effondrées et ne publie pas d'avis d'experts en architecture qui explique que les écoles furent mal construites.

À la décharge du *Dongfang*, les plus importantes manifestations de parents d'élèves ont lieu seulement début juin. Cependant, un examen des éditions du *Dongfang* du 1^{er} au 10 juin révèle que, durant cette période, le journal n'a pas non plus publié de photos de manifestations de parents d'enfants.

Les journalistes ont cependant connaissance de ces faits qu'ils ont l'occasion de constater et de vérifier sur place. Une situation de ce type les place en porte-à-faux : d'un côté, l'éthique professionnelle et humaine les incite à rendre compte des faits d'écoles mal construites et de protestations des parents d'élèves, de l'autre côté, le pouvoir et la discipline de propagande auxquels ils sont soumis les contraignent au silence. « *Le journal ne peut pas publier certaines*

informations. En ce sens, nous ne pouvons pas entièrement accomplir notre travail de journalistes », rappelle un photographe.

Cette situation rappelle la notion de « dissonance idéologique » évoqué par le chercheur en sciences de l'information de Hong Kong, He Zhou, pour décrire les journalistes chinois. « *Croire en une chose, mais être obligé d'en faire une autre et d'exprimer des idées à travers une rhétorique ritualisée, est un dilemme auquel font face beaucoup de journalistes chinois aujourd'hui* »⁷. Dans la mesure où « *le travail des journalistes consiste à s'exprimer dans l'univers du discours public, la différence entre ce à quoi ils croient et ce qu'ils expriment est inévitable et profonde* », ajoute-t-il.

La victime de dissonance idéologique s'efforce de réduire son inconfort. Dans le cas du *Dongfang*, des entretiens avec des éditeurs photos et des photojournalistes permettent d'identifier trois solutions choisies pour réduire la dissonance idéologique : justifier le silence, titiller les lignes blanches (*da cabian qiu* - 打擦边球), enregistrer les faits.

Justifier les silences

Si le poids de la censure explique que le journal ne puisse publier d'images des manifestations, en revanche, l'absence de questionnement des causes humaines du drame renvoie aux responsabilités individuelles des journalistes. Ceux d'entre eux qui tentent de justifier les silences du journal recourent à trois arguments.

Le premier argument se réfère à l'équité de traitement. Le séisme a fait 80 000 morts et disparus, dont peut-être un dizaine de milliers d'enfants dans les écoles. Pourquoi le journal devrait-il se concentrer sur cette minorité et valoriser leur

⁷ He Zhou, *op.cit.*, p. 603.

cas ? Il le ferait au détriment des 70 000 autres morts et disparus et ainsi porterait atteinte à l'équité et à la stabilité sociale.

Le deuxième argument est d'autorité. « *Nous ne sommes pas des spécialistes de l'architecture. Nous ne savons pas par nous-mêmes évaluer les raisons de l'effondrement des écoles, souligne un journaliste. Pour affirmer qu'une école s'est effondrée parce qu'elle était mal construite, il faut l'avis d'un organisme officiel ou bien d'un spécialiste en architecture* », déclare un journaliste. Or, les experts gardent le silence. Cet attentisme explique pourquoi il faut attendre l'édition du 27 mai pour lire pour la première fois l'expression « école doufu » dans le journal. La veille, le porte-parole du ministère de l'Éducation avait indiqué qu'il organise une enquête pour vérifier la qualité des constructions de bâtiments scolaires, « *notamment les cas d'écoles doufu* »⁸. Le ministère reconnaissait aussi que « *certains bâtiments souffraient de défauts de construction* ».

Le troisième argument recoure au manque de moyens. Mener une enquête systématique dans plusieurs dizaines de lieux pour y comparer la situation des écoles et des bâtiments officiels serait hors de portée des journalistes envoyés au Sichuan. De plus, une pareille enquête se heurterait à un problème de crédibilité en l'absence de sources spécialisées : architectes, administration, etc.

Ces arguments ont pour point commun de sous-estimer les capacités d'enquêtes des journalistes et de réduire leur marge d'autonomie par rapport aux autorités. Ils conduisent à l'acceptation d'une partie au moins des règles de la censure et incitent à l'autocensure. « *Il n'y a pas de zone interdites, mais il faut respecter la discipline de propagande* », affirme un éditeur photo, apparemment sans se rendre de la contradiction de son propos. Le concept de discipline de propagande stipule que les médias doivent, en toutes circonstances, soutenir les

⁸ *Donfang Zaobao*, « Ministère de l'éducation : traiter sans indulgence les cas d'écoles doufu et de corruption », 27 mai 2008, page 6-7.

décisions du Parti communiste et ne publier aucune information critique à son égard.

Jouer avec les lignes blanches

Tandis que certains journalistes du *Dongfang* justifient les silences du journal, d'autres s'efforcent d'étendre leur domaine de travail. Ils résument leur attitude par l'expression « *jouer avec les lignes blanches* » en référence au joueur de tennis de table qui tente de faire rebondir la balle sur les lignes blanches qui délimitent les bords de la table de l'adversaire. Celles-ci sont toujours dans la surface autorisée, mais là où le rebond est incontrôlable.

Une première façon de jouer avec les lignes blanches consiste à rendre compte d'écoles effondrées malgré l'interdit du Département de la propagande. C'est le cas dans le *Dongfang* le 14 mai à l'occasion du premier reportage dans le Sichuan réalisé par les envoyés spéciaux partis de Shanghai le 12 mai. Il traite de l'école secondaire Juyuan à Dujiangyan. Sur deux pages illustrées de photos, le journal présente la situation de cet établissement où des centaines d'enfants sont morts. Par prudence envers le Département de propagande, le *Dongfang* publie le reportage en pages 8 et 9 malgré alors que l'originalité et la force du récit auraient mérité qu'il fasse l'ouverture du journal.

Par la suite, le renforcement de la censure rend impossible la publication de ce type de reportage. Le *Dongfang* recourt alors à des invocations indirectes des écoles doufu. L'évocation indirecte n'aborde pas ouvertement la question des écoles doufu, mais le journal parie que le lecteur peut comprendre que le journaliste s'y réfère.

聚源中学：绝望与希望

经过音乐教师的教授，几百名被困学生，大部分已经被营救出来。留在废墟下的被困学生已经不足百人。



一些被困学生被救出，大部分已被救出。留在废墟下的被困学生已经不足百人。



从废墟中救出的一群孩子，他们脸上带着绝望和痛苦。

“地震那10秒”

废墟下 同桌的鼓励让她挺过4小时

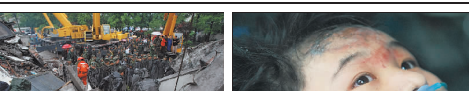
废墟下，小曾同学（化名）经历了4小时的煎熬。她被困在废墟下，周围一片漆黑，只有微弱的光线透进来。她感到绝望，但同桌的鼓励让她坚持了下来。她回忆起地震发生的那一刻，时间仿佛凝固了。她感到天旋地转，周围的一切都变得模糊起来。她努力保持清醒，等待救援的到来。

黑暗中4只小手渐松开

被困4天的小曾同学获救

被困4天的小曾同学终于获救了。救援人员在废墟中发现了她，她已经被救出。救援人员对她进行了初步的医疗检查，并送往医院进一步治疗。小曾同学表示，她在废墟中经历了漫长的4天，感到非常疲惫和痛苦。但救援人员的到来让她感到无比的温暖和希望。

5月14日，四川聚源镇发生6.7级地震，造成多人伤亡。救援人员正在全力搜救被困人员。地震发生后，当地政府和救援机构迅速启动了应急响应机制，调集了大量救援力量和物资，投入到抗震救灾工作中。



地震后的废墟，房屋倒塌，道路中断，救援工作正在紧张进行中。



被困在废墟中的孩子们，他们眼中充满了无助和恐惧。

救援工作正在紧张进行。救援人员正在全力搜救被困人员。地震发生后，当地政府和救援机构迅速启动了应急响应机制，调集了大量救援力量和物资，投入到抗震救灾工作中。



从废墟中救出的一群孩子，他们脸上带着绝望和痛苦。

孩子终于得救了

被困4天的孩子获救

被困4天的孩子终于得救了。救援人员在废墟中发现了她，她已经被救出。救援人员对她进行了初步的医疗检查，并送往医院进一步治疗。孩子表示，她在废墟中经历了漫长的4天，感到非常疲惫和痛苦。但救援人员的到来让她感到无比的温暖和希望。

救援工作正在紧张进行。救援人员正在全力搜救被困人员。地震发生后，当地政府和救援机构迅速启动了应急响应机制，调集了大量救援力量和物资，投入到抗震救灾工作中。

救援工作正在紧张进行。救援人员正在全力搜救被困人员。地震发生后，当地政府和救援机构迅速启动了应急响应机制，调集了大量救援力量和物资，投入到抗震救灾工作中。

救援工作正在紧张进行。救援人员正在全力搜救被困人员。地震发生后，当地政府和救援机构迅速启动了应急响应机制，调集了大量救援力量和物资，投入到抗震救灾工作中。

救援工作正在紧张进行。救援人员正在全力搜救被困人员。地震发生后，当地政府和救援机构迅速启动了应急响应机制，调集了大量救援力量和物资，投入到抗震救灾工作中。

救援工作正在紧张进行。救援人员正在全力搜救被困人员。地震发生后，当地政府和救援机构迅速启动了应急响应机制，调集了大量救援力量和物资，投入到抗震救灾工作中。

Dongfang Zaobao du 14 mai 2008, pages 8-9

Une façon de réaliser une évocation indirecte consiste à publier un reportage positif alors que le contexte général est négatif. Par exemple, le 25 mai, le Dongfang publie un article de Zhu Yu, journaliste à l'agence Chine nouvelle, au sujet de l'école Sangzao dans le district de Anxian. Durant des années, Ye Zhiping, son directeur a bataillé auprès des autorités pour obtenir des financements afin de renforcer le bâtiment. Grâce à ses efforts, l'école Sangzao ne s'est pas effondrée et aucun élève n'a été blessé. Le cas de figure présenté par cet article offre un contraste total avec celui des écoles doufu. Il constitue une exception à la règle. La publication d'un récit aussi élogieux à l'égard de l'école Sangzao n'a de sens que parce qu'il contraste avec l'habituel état des écoles. Il parie sur le fait que le lecteur sait lire entre les lignes et comprendre que la règle générale est celle de l'effondrement des écoles en raison de la mauvaise qualité de leur construction.

victimes renvoient donc à la question des écoles effondrées. Le lecteur attentif aura compris que les écoliers et les cadres de l'éducation ont payé un trop lourd tribut au séisme.

影 响 力 至 上
ORIENTAL MORNING POST

5月21日 星期三
2008年 农历戊子年四月十七
上海地区定价0.5元
今日2叠32版

东方早报

截至20日18时
遇难40075人

联系我们 热线:962288 MSN:dfdaily@hotmail.com E-mail:ddh@wxjl.com.cn 网址:www.dfdaily.com 文新传媒:www.news365.com.cn

			
<p>谭千秋 男 51岁 湖南衡阳祁东县人 四川绵阳市东汽中学教导主任</p>	<p>袁文婷 女 26岁 四川什邡市师古镇人 该镇民主中心小学语文老师</p>	<p>张米亚 男 29岁 四川汶川县映秀镇人 汶川县映秀镇小学教师</p>	<p>王光香 女 52岁 四川江油市武都镇五通村人 五通镇幼儿教师</p>

写给他们

早报今起为汶川大地震遇难同胞撰写讣闻

			
<p>张子怡 女 11岁 四川什邡市奎华镇人 奎华镇小学5年级学生</p>	<p>金雪娥 女 38岁 遂宁市名嘉县梁渡口石柱村人 青川县山珍市场辣椒花</p>	<p>李盛银 男 43岁 四川绵阳市人 江油市副市长</p>	<p>何满满 女 年龄不详 四川绵阳市安良茶坪乡人</p>

让他们尊严上路

国家出台遇难人员遗体处理意见
有条件的都要整容 然后火化或土葬
不明遗体将建身份识别DNA数据库

社址:上海市延安中路839号(邮编200040) 电话:021-62471234 传真:62475181 E-mail:dfzb@wxjl.com.cn 印刷:文新集团印务中心 发行热线:800-820-8696 广告投报热线:62890078

Dongfang Zaobao du 21 mai 2008

La technique de l'évocation indirecte est ambivalente dans ses effets. Elle peut être un moyen puissant de communication d'une information à condition que le lecteur soit déjà informé de l'existence de cette information. Dans ce cas, elle "réveille" une information latente et contribue à son actualité. Mais elle peut

aussi bien ne servir à rien si le lecteur n'est pas déjà informé du message auquel elle veut faire écho. Et plus le temps passe, plus le moment de lecture de l'évocation indirecte est éloignée de l'événement, moins la force d'évocation est puissante.

Enregistrer les faits

La dernière méthode choisie par certains journalistes pour réduire la dissonance idéologique consiste à séparer leur travail en deux espaces : l'un pour le *Dongfang*, l'autre pour eux-mêmes.

Cependant, la présence des journalistes sur le terrain du séisme leur donne accès à des informations et un savoir particuliers. Il ne dépend que d'eux mêmes d'user des techniques journalistiques pour écouter, questionner, construire une information, même s'ils savent que celles-ci ne seront pas publiées dans le journal. Cette possibilité représente un puissant moyen de réduire l'inconfort créé par la dissonance idéologique. « *En tant que journalistes, nous enregistrons les faits. Peut-être que dans 10 ou 20 ans, les parents des victimes auront l'occasion de comprendre ce qui s'est réellement passé pendant le tremblement de terre* », explique un photographe. En définitive, à l'occasion du tremblement de terre, les photojournalistes du *Dongfang* travaillent autant pour leur journal que pour eux-mêmes. Ils recueillent images et interviews sur tous les thèmes relatifs au séisme, y compris ceux dont la publication est interdite. Ces derniers sont stockés sur leurs ordinateurs personnels en attente d'un jour meilleur pour une future publication.

f) Travaux au long cours

Parmi les photographes du *Dongfang* envoyés dans les zones du tremblement de terre, certains se sont lancés dans la réalisation à long terme de reportages photographiques. Par exemple, An Guangxi réalise un reportage sur les malades mentaux du séisme. Soignés dans des établissements spécialisés, des centaines

de personnes souffrent d'hallucinations, de dépression, d'insomnie, etc. depuis le tremblement de terre. En apparence, ces personnes présentent un aspect tout à fait normal. Afin de rendre leur état maladif apparent, An Guangxi leur demande, lors de la réalisation des portraits, de placer leurs mains devant le visage.

Le même auteur réalise un reportage sur les couples composés d'hommes et de femmes dont les anciens époux sont décédés lors du séisme. Encouragés par les autorités, ces couples recomposés se marient parfois lors de cérémonies collectives. An Guangxi prend ces couples en photo dans leurs logements. Figés, rarement souriant, les nouveaux mariés ne dégagent pas une impression de grande joie tant le souvenir du partenaire décédé semble encore peser sur leur vie. An Guangxi s'attend d'ailleurs à ce que le taux d'échec de ces couples s'avère élevé dans les prochaines années. Ce travail a été publié par le *Dongfang* le 10 février 2009 et par l'hebdomadaire de Canton *Nanfang Zhoumo* à l'occasion du premier anniversaire du séisme, le 12 mai 2009.

De son côté, la photographe Zhao Jing documente les destins des enfants orphelins après le séisme. Elle continue de se rendre régulièrement au Sichuan pour y retrouver des enfants qu'elle avait rencontré une première fois en mai et juin 2008. Par exemple, elle y est retournée au début mai pendant une quinzaine de jours. Prenant les bus publics, elle s'est rendue dans une dizaine de lieux, parfois isolés et en montagne, sur des routes encore parfois difficilement carrossables. Elle passe au moins une demi-journée avec chaque enfant auquel elle remet une série de cadeaux : livres, jouets, matériel scolaire.

Enfin, quelques semaines après le tremblement de terre, le journal a confié de petits appareils numériques à cinq photographes amateurs. L'action a été imaginée en commun par An Guangxi et un photographe de presse indépendant de Chengdu, Wang Yong. Les appareils photos sont offerts par la société Canon. Wang Yong a sélectionné des personnes dont les logements ont été détruits par le séisme mais qui ne comptent pas de morts dans leur famille. Elles devaient

n'avoir aucune expérience de la photographie. Wang Yong leur a appris les rudiments de l'utilisation des appareils et du stockage des images en leur donnant pour seule consigne de photographier la vie de tous les jours. Le 12 mai, une sélection de ces photos est publiée par le *Dongfang* dans un cahier spécial publié lors du premier anniversaire du tremblement de terre. An Guangxi et Wang Yong espèrent poursuivre ce travail pendant encore une ou deux années, organiser à terme une exposition des photos et éditer un livre.

g) Dushibaoisation de Chine nouvelle

Par le passé, l'agence Chine nouvelle passait sous silence complet les catastrophes naturelles ou humaines, ou bien n'en rendait compte qu'avec retard et de façon très partielle. Depuis l'épidémie de Sras, en 2003, son attitude a changé. L'agence diffuse rapidement des dépêches en cas d'accident et les fait suivre de photos.

Le tremblement de terre du Sichuan confirme cette évolution au point que l'on puisse parler de dushibaoisation de Chine nouvelle. En effet, l'agence officielle reprend les recettes appliquées par les journaux commercialisés à l'actualité dramatique. Elle a compris que les photos spectaculaires et pleines d'émotion font vendre, sans forcément porter atteinte au pouvoir. Soumise elle aussi à la pression de la commercialisation, elle y voit une façon de s'assurer un débouché auprès de la presse. C'est ainsi, que Chine nouvelle diffuse dès l'après-midi du 12 mai de premières photos des zones touchées par le tremblement de terre. L'examen des photos de Chine nouvelle publiées par le *Dongfang* au cours du mois de mai indique qu'elles couvrent la même gamme de figures de l'actualité que celles réalisées par les photographes du journal. Cependant, les proportions des figures sont parfois très différentes, notamment pour celles des secours efficaces et des habitants résignés.

Dans le *Dongfang*, la figure des secours efficaces est beaucoup plus documentée par des photos de Chine nouvelle que du journal. Les deux tiers des photos de

cette figure sont produits par Chine nouvelle, contre moins d'un tiers par des photographes du *Dongfang*. En revanche, la figure des habitants résignés ne comporte quasiment que des photos réalisées par le *Dongfang*. Cette différence démontre que le journal porte un intérêt plus grand que l'agence officielle aux souffrances et au quotidien de la population. Elle s'explique aussi par une relation différente avec les sources d'information. Les photographes de Chine nouvelle accompagnent l'armée et les secouristes, ils y sont même invités, et bénéficient de la sorte de leurs moyens de transports, notamment aériens. En revanche, les photographes du *Dongfang* doivent trouver leurs propres moyens de transports et circulent même souvent à pied. Enfin, certaines photos produites par le *Dongfang* laissent transparaître la lassitude des secouristes, chose improbable dans les photos de Chine nouvelle qui tend à héroïser leur action. Par ailleurs, Chine nouvelle s'attache surtout à illustrer l'action des autorités et à servir leur communication. Ceci explique aussi pourquoi les photos des visites de Wen Jiabao sont toutes réalisées par Chine nouvelle.

h) Icônes photographiques

Les reporters envoyés dans le Sichuan prennent leurs clichés en s'inspirant parfois de modèles devenus des icônes dans l'histoire de la photographie. Ils insèrent ainsi leurs pas dans des chemins tracés par leurs prédécesseurs. La plus évidente de ces iconiques est celle publiée en Une du *Dongfang* le 27 mai. Réalisée par Chine nouvelle, elle montre 5 soldats de l'armée chinoise plantant un drapeau au haut d'une colline. Elle rappelle inmanquablement celle prise en 1945 par Joe Rosenthal de soldats américains plantant leur drapeau sur l'île de Iwo Jima. Elle transmet d'ailleurs un message similaire : un symbole de victoire, de solidarité et de nationalisme. Les réflexions de Frédéric Lambert au sujet des mythes véhiculés par la photographie trouvent ici une claire illustration. « *La photographie de presse est un objet moderne, elle court derrière le bruit que fait l'événement quand il bouleverse la société. C'est aussi*

une écriture archaïque, un "théâtre primitif", qui participe à la répétition et à la création des mythes d'une société, de ses croyances et de sa culture », écrit Frédéric Lambert⁹. Cette photo était attendue. « Depuis des jours, la direction du journal espérait une photo de ce type. Elle voulait absolument avoir une image qui pouvait exprimer la solidarité nationale », se souvient un éditeur photo.

5月27日 星期二
2008年 农历戊子年四月廿三
上海地区促销价 0.5元
今日3叠56版

影 响 力 至 上
ORIENTAL MORNING POST
东方早报

SUNITORY
好运三得利
好运之旅 73天
自程更有 (不含当日)
详情垂询好运热线 (021) 53985588或80081299(09:00-20:00)

联系我们 热线:962288 MSN:dfdaily@hotmail.com
www.dfdaily.com 网站:www.dfdaily.com 文新传媒:www.news365.com.cn

首批140名
灾区伤员
昨天抵沪

受余震影响,原定今日抵达的第二批伤员延至周三

截至26日12时
遇难65080人
失踪23150人

节约支援灾区
市级机关削减
预算开支10%

市级机关今年停止新增公务用车
 上海法院叫停年内一切出国考察

上海社会各界
捐款20.26亿元
A8-A9



**决战
唐家山**

百位顶级专家
堰顶紧急会诊
挖掘导流明渠
至少还要10天
绵阳最坏打算
撤退130万人

13万m²
标准厂房租售
欢迎优质生产型企业入驻

办公、居住、学校等 最佳选择

咨询热线: 021-67824000 地址: 上海松江
松江区中环路1188号 邮编: 201601

江苏 苏 浙 注 心
www.szbj.com

**汶川
大地震
重建报告**

关于 | 政府

废墟上的蜀官
早报专访
都江堰市委书记
早报对话
绵竹市委书记

B1-B9

5月26日,济南军区某陆航团空运物资抵达唐家山堰塞湖。武警水电部队官兵把红康宝放在唐家山堰塞湖抢险现场。 新华社·李刚 摄

天气:多云 22°C-33°C
文汇报联合报业集团主办
C刊1-0029
国内邮发代号 3-101
第1780期
定价3元



6 935563 503771

社址:上海市延安中路839号(邮编200040) 电话:021-62471234 传真:62475181 E-mail:dfzb@wjtl.com.cn 印刷:文新集团印务中心 发行热线:800-820-8696 广告投报热线:62890078

Dongfang Zaobao du 27 mai 2008

⁹ Lambert Frédéric, *Mythographies. La photo de presse et ses légendes*, Edilig, 1986, page 8.

La photo des affichettes publiée en Une du 16 mai rappelle celles prises dans les jours qui ont suivi l'attentat contre les tours du World Trade Center, le 11 septembre 2001. Comme dans l'exemple américain, les affichettes sont le support de messages d'habitants à la recherche de parents ou de connaissances disparus. La comparaison avec l'attentat du 11 septembre 2001 est d'autant plus fondée que, dans les deux événements, la publication de photos de cadavres est très rare. Photographier des messages adressés aux disparus revient à évoquer les morts d'une façon indirecte sans avoir à montrer la violence crue de leurs cadavres.

L'intérêt du repérage de ces icônes est double. Il souligne d'abord la connaissance que les journalistes chinois ont de l'histoire photographique étrangère. Secondement, les photographes chinois considèrent ces images comme des modèles à imiter.

i) Évaluation

Plusieurs conclusions peuvent être tirées de l'examen de la couverture consacrée par le *Dongfang* au tremblement de terre du Sichuan.

Une bonne affaire commerciale

Durant les semaines qui suivent le tremblement de terre du Sichuan, le *Dongfang* augmente ses ventes de l'ordre de 70000 exemplaires par jour. Il doit ce succès commercial à l'intérêt que le public porte au séisme en tant qu'événement dramatique et à la qualité de la couverture réalisée par les journalistes.

Le journal fait fructifier ce succès quelques semaines avant le début des Jeux olympiques de Pékin en faisant remonter son prix de vente à 1 yuan, soit tout de même 50% d'augmentation d'un seul coup.

Une courte période de liberté

De nombreux observateurs ont salué l'ouverture de la Chine au moment du séisme. Il est vrai que la possibilité pour la presse de travailler plus librement tranchait fortement avec l'étroit contrôle dont elle faisait l'objet quelques mois plus tôt, lors des émeutes tibétaine de mars 2008. Le 29 mai, un éditorial de l'hebdomadaire de Canton *Nanfang Zhoumo* affirme que « *dans toute l'histoire de la République populaire, jamais les informations n'ont circulé aussi rapidement, jamais les médias n'ont pu enquêter de cette façon* ». ¹⁰ Il a même l'espoir que la Chine atteigne un tournant dans l'histoire des relations entre le pouvoir et la presse. Fin mai 2008, les journalistes du *Dongfang* s'interrogent aussi sur l'attitude du pouvoir. Partagés entre la joie de travailler "normalement" et la crainte qu'il ne s'agit que d'une période exceptionnelle, un photographe se demande : « *pourquoi le gouvernement laisse-t-il les journalistes travailler librement sur le tremblement de terre ? Nous en parlons beaucoup entre nous et nous n'avons pas de réponse. Le pouvoir a-t-il tiré des leçons des événements du Tibet en mars ? Tient-il compte des conseils d'agences de communication étrangères ? A-t-il tout simplement compris qu'il est dans son propre intérêt d'ouvrir l'information s'il veut gagner en crédibilité ?* »

Les réponses à ces questions se trouvent dans la nouvelle politique de gestion de l'information adoptée par les autorités. Conscient qu'à l'âge d'internet, il devient quasiment impossible de cacher un événement, notamment s'il est d'ordre dramatique, Hu Jintao incite les médias officiels chinois à adopter une attitude plus dynamique dans la gestion de l'information afin de « *guider l'opinion publique* ». À l'occasion d'une visite au *Quotidien du Peuple* pour le 60^e anniversaire du journal, le 20 juin 2008, le président chinois a déclaré que « *nous devons perfectionner notre système de diffusion de l'information et améliorer notre système de compte rendu d'informations soudaines et publiques, diffuser des informations officielles au plus tôt, améliorer la rapidité, augmenter*

¹⁰ Éditorial de l'hebdomadaire *Nanfang Zhoumo*, le 29 mai 2008.

la transparence et fermement prendre l'initiative dans le travail de propagande de l'information »¹¹. Dans cette optique, la rapidité avec laquelle l'agence Chine nouvelle rend compte du séisme doit moins à une conversion au mérite de la réactivité journalistique qu'à la volonté des autorités de contrôler l'information. Chine nouvelle se dépêche de donner l'information afin de gagner en crédibilité et de garantir que les médias reprendront la version officielle des événements.

Dans un premier temps, le Département de la propagande ne réussit pas à réserver le monopole de l'information aux médias officiels. Mais, la suite démontre que la liberté expérimentée par la presse chinoise dans les premiers temps suivant le séisme n'était que provisoire et due en partie à la désorganisation des organes habituels de contrôle des journalistes. Un an après le tremblement de terre, le sentiment était celui d'un retour à la situation antérieure. « *Nous sommes revenus à la situation d'avant le tremblement de terre, constate un photographe. La liberté que nous avions durant les semaines qui ont suivi le séisme n'existe plus. Celui-ci n'a pas brisé les contrôles.* »

Des évolutions en profondeur

Le jugement émis par le journaliste du *Dongfang* sonne très pessimiste. Il peut-être relativisé par des évolutions en profondeurs dans la pensée et la production d'informations en Chine constatés à l'occasion du tremblement de terre. Comme le souligne Qian Gang, « *les reportages chinois sur cet événement majeur ont été réalisés dans un environnement complexe et il est impossible d'émettre un jugement simple au sujet de la couverture médiatique.* »¹²

¹¹ Hu Jintao, « Hu Jintao zai Renmin Ribaoshe kaocha gongzuode jianghua », (Discours durant la visite au *Quotidien du Peuple*) le 20 juin 2008, http://news.xinhuanet.com/politics/2008-06/26/content_8442547.htm

¹² Qian Gang, « Looking back on Chinese media reporting of school collapses », 7 mai 2009, <http://cmp.hku.hk/2009/05/07/1599/>

Le premier constat est celui d'une perte croissante de confiance entre les journalistes et le Département de la propagande. Ce dernier manque tellement de confiance dans les journalistes des publications commercialisées qu'il a tenté, dans un premier temps, de leur barrer l'accès aux zones touchées par le séisme. De leur côté, les journalistes tentent par divers moyens d'élargir le périmètre de leur travail. Le fait qu'ils se soient rendus dans le Sichuan leur a permis de voir les victimes et leurs familles et de comprendre que le grand nombre de morts du séisme est du à l'Homme et à la nature. Ce constat nourrit leur ressentiment à l'égard du Département de la propagande qui cherche à priver le public des informations qu'ils ont trouvées. Le ressentiment est d'autant plus fort qu'à la différence d'autres événements de l'actualité moins dramatique, il s'agit dans le cas du séisme de la mort de milliers d'enfants. Il est possible que ce fait ait des effets à long terme sur la façon dont les journalistes pensent et pratiquent leur métier.

Le second élément dérive de l'observation d'internet. Le réseau élargit le nombre de producteurs d'informations. De plus, il agit comme un réceptacle pour des informations que la presse régulière ne peut pas publier. Non soumis aux injonctions du Département de la propagande, des blogs animés par des personnes privées diffusent des informations interdites par la censure. Par exemple, l'artiste Ai Weiwei a organisé une enquête pour recueillir les noms des enfants morts durant le séisme et pour évaluer leur nombre. « Je ne comprends pas pourquoi le Département de la propagande est tellement strict avec nous et en même temps laisse Ai Weiwei diffuser ces informations », s'interrogeait un photographe du *Dongfang* fin mai 2009. Le blog d'Ai Weiwei a finalement eu maille à partir avec la censure mais du moins a-t-il pu diffuser des informations que le *Dongfang* et le reste de la presse n'ont pu aborder. La notoriété internationale de l'artiste, co-concepteur du stade des jeux olympiques de Pékin, explique pour partie cette relative tolérance. Elle montre en tout cas que le Département de la propagande est obligé parfois de manœuvrer en recul.

D. Au fil de la chronologie

En photographie ou bien en texte, le *Dongfang* rend-il compte de façon exhaustive des principaux événements de l'actualité chinoise et internationale sur sa page de couverture ou bien évite-il de traiter certains d'entre eux ?

Une part de subjectivité entre dans la réponse. Elle provient aussi bien du journal que de l'évaluateur et concerne la définition de ce qu'on entend par principaux événements. Le journal peut privilégier certains thèmes d'actualité en fonction de sa ligne éditoriale et de l'intérêt que lui-même ou ses lecteurs y porte ; à l'inverse, il peut en négliger d'autres ou bien les renvoyer en pages intérieures. De son côté, le relevé de l'actualité construit par l'évaluateur est lui-même l'addition d'événements dont l'importance est certaine et d'autres qui dépendent de choix davantage personnels. Faut-il estimer qu'un énième cyclone qui s'abat sur les côtes américaines ou chinoises doit paraître en page de couverture ? De plus, réalisé depuis la France, il n'intègre pas l'actualité de la ville de Shanghai. Il n'en reste pas moins qu'un examen peut faire émerger quelques grandes tendances s'il porte sur une période suffisamment longue. Le relevé d'événements construit pour cet exercice couvre les événements survenus du 1er juillet au 31 octobre 2005. Il comporte 61 entrées d'actualité chinoise et 50 d'actualité internationale. Les événements concernant Taiwan sont classés dans l'actualité chinoise et ceux impliquant une relation sino-étrangère sont rangés dans l'actualité internationale.

1) L'actualité chinoise biaisée

Le *Dongfang* traite sur sa page de couverture une majorité des événements de l'actualité chinoise : 42 sur 61.

Le journal présente l'explosion dans une mine au Xinjiang (11 juillet), le rapport américain sur la "menace" chinoise (20 juillet), les passages de différents typhons (19 juillet, 11 septembre, etc.), la réévaluation du yuan par rapport au dollar (21 juillet), le décès de 59 militaires dans un glissement de terrain (3 octobre), la victoire de Li Yuchun au concours de la Star academy chinoise (26 août), l'envoi de taikonautes dans l'espace (12 octobre), le décès de l'écrivain Ba Jin (17 octobre), la publication par le gouvernement chinois d'un Livre blanc sur la démocratie (19 octobre), une victoire de l'athlète Liu Xiang (23 octobre), le achat de la compagnie pétrolière PetroKazakhstan par le chinois CNPC (27 octobre), etc. Les sujets couverts couvrent toutes les rubriques du journal et comportent aussi bien des points d'actualité positive que négative, chinois et internationaux, sérieux et de loisirs. Cependant, aucun sujet n'exprime la moindre critique, ou même interrogation, envers le régime, le Parti communiste, les dirigeants, les politiques suivies par l'État.

Le traitement de certains événements mérite un peu plus d'attention. En premier lieu, la place qu'occupent les événements dramatiques, qu'ils soient d'origines météorologiques (typhons) ou bien humaines (accidents de mine). À elle seule, cette catégorie représente plus d'un quart des événements publiés en page de couverture (12 sur 42). Accompagnés pour la plupart par des photos, ces sujets traduisent l'intérêt qu'un *dushibao* comme le *Dongfang* prête aux événements spectaculaires dans le but de séduire des lecteurs. Cette forte proportion d'événements spectaculaires peut être attribuée à des décisions de la rédaction. En revanche, la saga du dernier soldat conté par le journal durant plusieurs jours à partir du 1^{er} juillet doit tout à la propagande. Elle consiste à organiser le retour à Shanghai d'un vétéran de la bataille contre l'invasion japonaise de la ville en 1937. Quant à l'intérêt porté par le *Dongfang* à l'élection de Ma Ying-jeou à la tête du Parti nationaliste, à Taiwan, elle répond au souci de promouvoir l'idée de la réunification de l'île avec le continent. Les débats organisés par le comité permanent de l'Assemblée nationale populaire au sujet de la fixation du seuil de

l'impôt sur le revenu retiennent aussi beaucoup l'attention du *Dongfang*. Elles sont l'occasion de mettre en scène l'existence de procédures de débats au sein de l'ANP et de participation du public, même si aucun député n'est librement et démocratiquement élu. Enfin, une curiosité de traitement relative au rapprochement des sociétés Yahoo! et Alibaba (11 août). Alors que la presse internationale annonce que Yahoo! prend 40% des parts d'Alibaba, le *Dongfang* voit les choses à rebours : Alibaba prend le contrôle de Yahoo! en Chine. Sur les 20 événements passés sous silence par le *Dongfang*, 12 concernent des problèmes d'atteintes aux droits de l'homme et des manifestations en Chine. Passent à la trappe, les informations relatives aux événements suivants : les affrontements de Qianjin, au Sichuan, entre paysans et policiers (27 juillet), les manifestations de paysans à Taishi pour la démission du chef du village (29 juillet, 16 août, 12 septembre, 13 septembre, 8 octobre), l'annonce par Reporters sans frontières que Shi Tao a été arrêté avec l'aide de Yahoo! (6 septembre), la stérilisation de force de 7000 femmes dans la province du Shandong, pourtant reconnue par le gouvernement chinois (19 septembre), la demande d'Amnesty international adressée à la Chine de réduire l'usage de la peine de mort (6 octobre), l'adoption de nouvelles règles sur le contrôle de l'information sur internet (25 septembre), le passage à tabac de Chen Guangsheng qui a révélé la stérilisation forcée de femmes dans le Shandong (4 octobre), la publication du rapport annuel de Reporters sans frontières sur la liberté de la presse dans le monde (20 octobre).

Outre ces informations politiquement sensibles, le journal ne mentionne pas en page de couverture l'échec du rachat de la compagnie pétrolière Unocal par Cnooc (20 juillet), l'étude publiée par la revue Nature sur l'augmentation de 50% de la concentration de dioxyde d'azote en Chine entre 1996 et 2004 (8 septembre), l'invitation par le pape de trois évêques chinois à Rome (8 septembre), le programme de distribution de 305 millions de préservatifs (14 septembre), l'annonce par la province du Guangdong de la fermeture de ses

mines de charbon (16 septembre), la prise de participation de la banque suisse UBS dans la Banque de Chine (27 septembre), la mort de mineurs dans une inondation au Sichuan (4 octobre), la mort de 15 mineurs dans une explosion dans le Guizhou (16 octobre). Cependant, les informations économiques et les accidents de mines sont traités en pages intérieures.

Il apparaît de cet examen que le *Dongfang* passe systématiquement sous silence les informations relatives à des problèmes de droits de l'homme et à des manifestations en Chine dirigés contre les autorités. Ces informations se heurtent au mur de la censure dressé par le Département de la propagande. En revanche, les informations sur les accidents de mines, très fréquents en Chine, sont publiées par le *Dongfang*, même avant l'annonce par l'agence Chine nouvelle de la levée du Secret d'État sur ces sujets.

2) Une actualité internationale complète

Le journal aborde en Une la totalité des 55 événements recensés. Ce fait remarquable confirme en actes la volonté d'ouverture au monde revendiquée par le *Dongfang*.

Cette couverture concerne aussi bien une actualité sino-étrangère comme les visites de Hu Jintao en Russie (1^{er} juillet) et en Corée du Nord (28 octobre), celle du secrétaire à la défense américain à Pékin (19 octobre) que des événements sans lien directs avec la Chine : les attentats de Londres (8 juillet), en Egypte (23 juillet), le lancement de la navette Discovery (26 juillet), un tremblement de terre au Japon (16 août), un accident d'avion au Pérou (24 août), la réélection du premier ministre japonais Koizumi (11 septembre), le cyclone Rita aux Etats-Unis (22 septembre), la grève nationale en France (5 octobre), le début du procès de Saddam Hussein à Bagdad (18 octobre), les attributions de prix Nobel (3, 4, 5, 10, 13 octobre)

Sur les 21 événements recensés, près de la moitié, relèvent d'une actualité spectaculaire (accidents d'avion, attentats, cyclones, conquête spatiale) et sont

autant d'occasion pour le journal de privilégier un traitement iconographique. L'arrestation de la Cindy Sheehan (23 juillet) constitue le seul cas de photo illustrant une manifestation et l'action de la police.

L'excellente couverture de l'actualité internationale par le *Dongfang* s'explique sans doute également par une moindre sensibilité du Département de la propagande à ces informations. Ce dernier s'avère plus interventionniste pour les événements de l'actualité chinoise, notamment pour censurer des manifestations ou l'expression de mécontentement à l'égard des autorités.

Cependant, ce jugement positif doit être nuancé sur deux points. En premier lieu, aucun événement international réellement contraire aux intérêts de la Chine n'a lieu de juillet à octobre 2005. Rendre compte des attentats, accidents d'avion, tirs de navette spatiale américaine n'a aucun effet négatif sur la Chine et permet au *Dongfang* de vendre à son lectorat des informations réelles et spectaculaires. Le comportement du journal aurait peut-être été différent si un événement international avait porté atteinte à la réputation de la Chine. Par exemple, si des manifestations pro-tibétaines avaient accompagné les visites de Hu Jintao à l'étranger, elles n'auraient sans doute pas figuré en page de couverture, voire auraient été passées entièrement sous silence.

Deuxièmement, l'exhaustivité de la couverture des événements de l'actualité internationale va de pair avec des mises en scène favorables au régime. C'est ainsi que les manœuvres militaires sino-russes font l'objet d'une couverture dépassant largement le seul intérêt informatif. Elles sont évoquées plusieurs jours durant, et uniquement sur un mode positif, car le Département de la propagande demande au média de valoriser l'événement. La critique du Japon se masque derrière la véritable actualité du débat sur l'élargissement du Conseil de sécurité des Nations unies (13 juillet), le 60^e anniversaire de la capitulation de Tokyo (15 août), une manifestation contre la visite du Premier ministre Koizumi au sanctuaire de Yasukuni (19 octobre), etc. Le compte-rendu des négociations à six sur le programme nucléaire nord-coréen, tenues à Pékin, donnent le beau rôle

à la Chine en la présentant comme une puissance apaisante qui facilite la recherche de solution (17 septembre par exemple). Quant aux attentats, leur fréquence meurtrière et leur caractère mondialisé rencontrent la volonté du pouvoir chinois de rapporter à du terrorisme toute forme de résistance des Ouïghours à la colonisation Han dans la province du Xinjiang. De leur côté, le tir de navette et de fusée américaine dans l'espace conforte la nécessité du programme spatial chinois. Enfin, le voyage de Hu Jintao en Corée du Nord donne lieu à la célébration de l'amitié entre les deux pays sans qu'aucun article ne rende compte de la situation économique et humanitaire à Pyongyang. Une mention particulière dans ces "biais" de la couverture de l'actualité internationale à la visite en Chine du secrétaire à la défense américain Donald Rumsfeld. Son arrivée à Pékin est annoncée factuellement en titre, mais sans photo. L'article est l'occasion pour le porte-parole du ministère chinois des affaires étrangères de déclarer que « la question de Taiwan est au cœur des relations sino-américaines ». En revanche, il ne mentionne pas le fait que les Etats-Unis voient une menace dans le renforcement des capacités de l'armée chinoise.

Conclusions provisoires

L'observation participante à des conférences de rédaction a permis de constater qu'elles se déroulent dans une apparente autonomie de la rédaction. Apparente, car la discussion et la définition des sujets semblent avoir lieu librement et les sujets abordés paraissent fondés d'un point de vue journalistique. Toutefois, elles ont lieu dans l'ombre des directives du Département de la propagande dont les circulaires ne sont pas évoquées en réunion, mais dont l'existence est connue des participants.

Le suivi du travail des éditeurs photos confirme la volonté d'ouverture du journal sur l'étranger. Celui-ci accède à l'offre iconographique des agences de presse étrangères et en utilise des photos en violation des interdictions des autorités

et des diktats de Chine nouvelle. Cette ouverture s'arrête cependant dès que la présentation de l'actualité pourrait être défavorable au pouvoir chinois.

L'observation du travail des photojournalistes confirme qu'ils acceptent des "enveloppes rouges" de la part de sources d'information au détriment de leur indépendance. Malgré cela, ils sont aussi souvent en butte aux contrôles des organismes de sécurité.

La participation à des réunions professionnelles atteste de l'existence d'un sous-champ professionnel des photojournalistes et des éditeurs photos. Leurs votes, propos et attitudes expriment une hiérarchie des valeurs. Celle-ci recoupe les choix éditoriaux du *Dongfang* quand ils plébiscitent les photos spectaculaires, mais s'en éloigne quand des photos jugées excellentes par les photographes ne sont pas publiées par le journal à cause de la censure.

Les exemples de traitement de l'actualité par le *Dongfang* illustrent le double visage du journal, son tiraillement entre les aspirations professionnelles des journalistes et le contrôle du Département de la propagande. Dans le cas des manifestations en Birmanie et du tremblement de terre du Sichuan doit aussi être pris en considération le rôle des technologies modernes de communication. Le contrôle de ces informations s'avère bien plus difficile pour le Département de la propagande car elles sont connues des Chinois grâce à internet, les téléphones portables, les appareils photos numériques. En revanche, dans le cas de l'affaire Chen Liangyu, le Département de la propagande est en mesure de contrôler entièrement les moments et les modes de diffusion de l'information.

Enfin, l'examen du degré de couverture de l'actualité chinoise et internationale indique que le *Dongfang* rend compte de façon exhaustive des événements étrangers, mais de façon très partielle de ceux ayant lieu en Chine.

Dans l'ensemble, ce chapitre permet d'établir :

- l'aspiration des photojournalistes et des éditeurs photos au professionnalisme : leur souci de la rapidité et de la diversité des sources est en contradiction avec la volonté de contrôle Département de la propagande ;

- l'acceptation *in fine* par les photojournalistes et les éditeurs photos de la tutelle de la censure, jugée inévitable,
- la pratique de l'autocensure pour devancer tout risque de répression et l'acceptation pots-de-vin financiers au détriment de l'indépendance de la rédaction ;
- l'existence d'une hiérarchie du contrôle : les informations relatives à Shanghai sont les plus surveillées, puis viennent celles sur la Chine et enfin celles sur l'international.

L'examen de la production du *Dongfang* ne peut donc être évaluée seulement sous l'angle du contrôle qu'exerce le Département de la propagande. Tout aussi réel est l'ambition des journalistes d'informer les lecteurs. Le schéma est aussi contradictoire dans l'esprit des photojournalistes et des éditeurs photos : ils expriment des valeurs professionnelles, mais leur pratique s'en éloigne souvent.

LES PROFESSIONNELS DU CENTRE VISUEL

Par qui les figures de l'actualité en images du *Dongfang* sont-elles produites ? Quels critères président au recrutement des photojournalistes et des éditeurs photos ? Quelles valeurs les animent ? De quelle autonomie éditoriale bénéficient-ils ? Des dizaines d'entretiens avec des photographes et des éditeurs photo du *Dongfang* fournissent la matière pour répondre à ces questions. Ils ont été réalisés lors de séjours au sein de la rédaction et ont fait l'objet d'une analyse de discours.

Les entretiens avec les journalistes ont été complétés par des discussions avec des professionnels de la photographie d'actualité et des universitaires spécialisés dans l'étude des médias de Shanghai. Grâce à ces regards croisés, il est possible de dresser le profil des photographes et éditeurs photos, de connaître les valeurs qui les animent et de mesurer leur attachement au *Dongfang*.

En août 2007, le Centre visuel du *Dongfang* compte 27 employés répartis en 4 départements : 9 photojournalistes, 5 éditeurs photos (2 hommes et 3 femmes), 2 infographistes, 10 maquettistes.

A) Le profil des photographes et éditeurs photos

1) Une faible moyenne d'âge

En 2007, la moyenne d'âge des photojournalistes est de 32 ans ¹, tandis que celle des éditeurs photos est de 29 ans. Les chefs des départements des photographes et de l'édition photo sont plus âgés, mais pas de beaucoup : 37 ans tous les deux.

¹ Les indications d'âges se rapportent à 2007.

Quant au chef du Centre visuel, Chang He, il a 34 ans. Lors de la création du journal en 2003, quand il a été embauché pour créer le service, il n'avait que 30 ans.

La différence d'âge entre les deux catégories de personnels s'explique par la plus grande expérience professionnelle exigée de la part du journal vis-à-vis des photographes lors de leur embauche. Compte tenu de la grande fidélité des employés au journal, ces moyennes d'âge sont en augmentation. C'est notamment le cas des photojournalistes qui, pour la plupart d'entre eux, travaillent au *Dongfang* depuis le lancement du journal. Malgré tout, la faible moyenne d'âge fait dire à Xu Haifeng, vice-chef du service des photographes que « *le Dongfang est un journal jeune. Il a la vitalité de la jeunesse, son impétuosité. Les jeunes n'ont pas besoin de craindre de commettre des erreurs, ils ont le temps devant eux pour les corriger.* »

Les plus âgés parmi les photographes et les éditeurs photos du *Dongfang* sont nés dans les années soixante-dix, peu de temps avant le lancement des réformes économiques, tandis que les plus jeunes sont nés après 1980. Cette faible moyenne d'âge fait des photojournalistes et éditeurs photos du *Dongfang* des enfants de la politique de réforme et d'ouverture de la Chine. De la Chine de Mao Zedong, ils ne savent que ce que leurs parents et l'éducation officielle leur ont appris. La plupart sont même trop jeunes pour avoir un souvenir conscient des événements de Pékin en 1989. Dans tous les cas, leur environnement n'a rien de similaire à celui dans lequel ont vécu les générations antérieures.

2) Le sexe de la fonction

L'effectif des 9 photographes ne compte qu'une seule femme, Zhao Jing. En revanche, les 5 éditeurs photos comptent 3 femmes pour 2 hommes.

Les contraintes physiques du métier de photographe, le rythme irrégulier du travail et la nécessité de fréquents déplacements sont présentés comme des raisons à la sous-représentation féminine parmi les photographes. À l'inverse,

l'absence de contrainte physique, la stabilité du rythme de travail et la sédentarité expliquent pour une part l'égalité parmi les éditeurs photos. Toutefois, les sujets attribués à Zhao Jing témoignent aussi d'une part de machisme. Il lui revient bien sur de couvrir les événements impliquant des femmes et que les hommes ne peuvent pas traiter. « *Comme je suis la seule femme du service, il me revient de faire les photos de femmes quand les hommes ne peuvent pas les faire* », explique-t-elle. Mais elle se voit aussi attribué des sujets qui font plus appel à l'émotion : « *j'ai plutôt tendance à faire des portraits pour faire sentir l'émotion.* »

Par ailleurs, au nom de la sécurité, le journal tend à refuser de l'envoyer sur les sujets les plus chauds. Par exemple, malgré ses protestations, elle a dû attendre plusieurs semaines avant de pouvoir se rendre sur les zones du tremblement de terre du Sichuan de mai 2008.

Autre signe de machisme, la hiérarchie du service est composée uniquement d'hommes. Non seulement le chef du service est un homme, mais c'est aussi le cas des responsables des services des photographes, des éditeurs photos, des infographistes, des maquettistes.

3) Un recrutement national

Les trois-quarts des photographes du *Dongfang* sont originaires d'autres provinces chinoises que Shanghai. Pour moitié, ils viennent des provinces voisines du Zhejiang et du Jiangsu qui forment avec Shanghai le Delta du Yangzi. L'autre moitié vient de provinces plus lointaines : Hainan, Shanxi, Mongolie intérieure, etc. Ce sont eux qui donnent son cachet national au recrutement du *Dongfang*. Ils ont pour point commun de n'être venus à Shanghai qu'à l'occasion de leurs embauches par le *Dongfang*. Ce phénomène confirme l'attrait national exercé par le journal auprès des photographes chinois, ainsi que sa volonté de diversifier leurs origines.

Cependant, les employés originaires des provinces de l'est de la Chine sont surreprésentés. Cette tendance fait écho au phénomène général de plus grand développement des provinces chinoises de l'Est par rapport à celles du Centre et de l'Ouest. En général, les employés de l'Est de la Chine disposent aussi de niveaux de qualifications plus élevés et d'une meilleure connaissance de l'étranger.

La situation est à l'inverse chez les éditeurs photos. Bien qu'ils soient moins nombreux que les photographes, il apparaît cependant qu'ils sont en majorité nés à Shanghai. Seule une minorité vient de provinces lointaines comme le Jilin, dans le nord-est de la Chine.

4) Des formations initiales de toutes sortes

Tous les photographes et éditeurs photos ont suivi des études supérieures pendant au moins deux ans. Presque tous ont étudié d'autres spécialités que le journalisme : langue chinoise, littérature, arts, gestion. Cas extrême, le chef du service des photographes, An Guangxi, a d'abord étudié dans une école de police avant de s'initier à la gestion d'entreprise, puis de se réorienter vers la photographie.

Autre parcours hors normes, celui de Gao Jianping, un des premiers photographes recrutés au *Dongfang* en 2003. Initié à la photographie par son père, il emmène un appareil lors de son service militaire. Il s'y fait remarquer par un officier qui lui confie la réalisation des photos de son unité. L'armée lui permet aussi d'étudier la photo et de décrocher un *dazhuang*, un diplôme de deux années d'études supérieures. Libéré, Gao Jianping trouve un emploi dans le journal *Shanghai Shanbao* et propose des photos au *Wenhuibao*, un journal du groupe de presse Wenxin. Le journal publie quelques-unes de ces photos mais ne l'embauche pas car il ne recrute que les détenteurs d'un *benke*, un diplôme de quatre années d'études supérieures. Cependant, les photos publiées par le

Wenhuibao sont remarquées par le futur rédacteur en chef du *Dongfang* qui appelle Gao Jianping en 2003 et le recrute.

Parmi les rares employés qui ont suivi une formation universitaire au journalisme figure le chef du Centre visuel, Chang He, diplômé de journalisme de l'université de Xian, une province de l'ouest de la Chine.

La faible proportion d'employés ayant suivi une formation au journalisme ou à la photo est d'autant plus étonnante pour un journal de Shanghai que la ville abrite avec l'université Fudan la formation au journalisme la plus réputée de Chine. Cette situation témoigne d'un manque d'adaptation du cursus de journalisme de Fudan aux exigences de journaux commercialisés comme le *Dongfang*. Le département de journalisme de Fudan n'en tire d'ailleurs pas forcément ombrage. Ancienne directrice du département, Chen Guiyan fixait au département de journalisme pour objectif, en 2003, de « former les futurs dirigeants des médias ».

Les critères de sélection à l'entrée à l'université chinoise joueraient aussi un rôle dans le décalage entre formation initiale et monde professionnel, estime An Guangxi. « *En Chine, la majorité des études supérieures de photographies sont de type artistique. L'accès à ces filières universitaires est plus facile que pour d'autres, comme l'économie ou l'anglais. Les candidats au concours d'entrée à l'université le savent. Du coup, les étudiants de niveau moyen qui veulent faire des études supérieures s'inscrivent en arts pour augmenter leurs chances d'être retenus. Cela explique pourquoi les étudiants diplômés en arts n'ont souvent pas un bon niveau.* »

« *95% à 98% de nos photojournalistes n'ont pas suivi d'études professionnelles, constate An Guangxi. Il existe un manque en matière de formation professionnelle au photojournalisme en Chine. Un proverbe affirme qu'"on devient moine en chemin". Ici, nous sommes tous comme ça : nous n'avons pas été formés pour le métier que nous exerçons. Cela a un bon côté car je pense*

qu'une culture variée et des parcours individuels hors normes sont utiles pour l'exercice de notre métier. »

Si l'absence de formatage académique peut-être un avantage, le manque de formation professionnelle se fait tout de même sentir. Il explique que le chef du Centre visuel lui-même et celui des photographes se sont inscrits pour l'année 2007-2008 dans un Master en photojournalisme international délivré à Dalian, dans le nord-est de la Chine, par l'université anglaise de Bolton. Par ailleurs, aucun photographe ou éditeur photo n'a étudié à l'étranger ou travaillé pour un média occidental, que ce soit en Chine ou à l'étranger. Quelques-uns, notamment les chefs de service, ont eu l'occasion de se rendre en Occident pour de courts séjours professionnels. La faible expérience directe du monde étranger en général et de la pratique occidentale du journalisme en particulier rejaillit sur la façon dont les salariés du *Dongfang* appréhendent la différence entre la presse chinoise et occidentale. Elle les conduit notamment à focaliser leur comparaison sur la technique, un domaine dans lequel le *Dongfang* supporte la comparaison avec les journaux étrangers, et à négliger l'importance du statut du journaliste et de l'indépendance de la rédaction face au pouvoir.

Le fossé entre formation universitaire et emploi exercé au journal se retrouve chez les éditeurs photos. Ces derniers ont d'abord suivi des formations générales, par exemple l'École de diplomatie à Pékin, ou bien dans une autre spécialité que le journalisme comme par exemple la publicité. Par la suite, à l'occasion d'un stage dans un média, ils ont découvert l'univers de l'actualité et celui de la photo et ont commencé à se former sur le tas.

5) Un recrutement mi-professionnel, mi-politique

Pour le recrutement des photojournalistes et éditeurs photos de base, le *Dongfang* affiche une priorité pour l'expérience professionnelle et pour la motivation. Dans ce cadre, l'expérience prévaut. C'est pourquoi, avant de venir au *Dongfang*, tous les photographes et éditeurs photos ont déjà exercé ces

métiers dans d'autres médias. Près de la moitié d'entre eux ont travaillé dans trois grandes métropoles de la côte : Canton, Pékin, Shanghai. L'autre moitié dans d'autres provinces.

Toutefois, en raison de leur faible moyenne d'âge, l'expérience professionnelle des photojournalistes et éditeurs photos est assez courte. Le plus souvent, ils n'ont travaillé que 2 ou 3 ans dans d'autres médias avant de rejoindre le *Donfang*. Quant aux chefs de service, plus âgés, leur expérience est plus grande et peut atteindre une dizaine d'années. Mais quelle que soit leur catégorie et leur place dans la hiérarchie, la majorité des employés ont pour point commun que leur expérience professionnelle préalable à l'embauche au *Donfang* a eu lieu en dehors de Shanghai. Comme l'origine géographique des employés, ce trait contribue à la dimension nationale, voulue, du recrutement du journal.

Si le journal a besoin de recruter un nouveau collaborateur, il passe une annonce dans le journal et sur internet. À réception des candidatures commence une procédure de sélection ponctuée par un entretien. Lors de la procédure de recrutement, An Guangxi, le chef du service des photojournalistes dit vérifier trois critères : « *d'abord la qualité générale du candidat, c'est le plus important : sa formation, son parcours, sa personnalité, sa motivation pour le journalisme. Ensuite sa capacité à communiquer avec les gens, car s'il ne connaît que la technique photographique il ne fera pas un photojournaliste. En dernier lieu, sa maîtrise de la technique photographique. C'est le moins important, car ce sont des choses que l'on peut apprendre et qui sont relativement simples.* » An Guangxi se méfie des jeunes diplômés de formation en arts. « *Ils savent faire de belles photos, mais pas forcément des photos d'information*, indique-t-il. *Il ne suffit pas de savoir faire des photos pour être photojournaliste.* »

De son côté, Yue Qiang, le chef du service de l'édition photo divise les candidats en deux catégories : « *ceux qui peuvent travailler immédiatement et ceux qui sont prometteurs mais doivent encore être formés.* » Pour les premiers,

les critères sont : « *une expérience de travail dans d'autres médias, une capacité à prendre des décisions, de l'imagination, de solides connaissances générales, une capacité à s'intégrer et à communiquer avec une équipe, la maîtrise de l'anglais, des recommandations.* » Yue Qiang ne demande pas aux candidats d'avoir suivi une formation spécialisée, par exemple, en journalisme ou en arts. Pour ceux qui sont prometteurs mais doivent être encore être formés, ses critères sont : un potentiel (« *Je peux le savoir en regardant les gens dans les yeux. Le regard ne trompe pas.* »), une bonne capacité à lire les images et à sélectionner la meilleure photo dans un lot.

Parmi tous les critères avancés par Yue Qiang, celui des recommandations pèse lourd. À qualité égale, c'est bien souvent le candidat qui se peut se prévaloir de la meilleure recommandation qui l'emporte. Pour preuve, la façon dont ont été recrutées les éditrices photos Chen Feiyan. « *En 2005, j'ai présenté ma candidature au Dongfang sur recommandation d'un ami qui m'a proposé de reprendre son poste. J'avais une expérience de ce travail dans des médias de Pékin et c'était pour moi l'occasion de revenir à Shanghai où je suis née. J'ai eu un entretien avec Yue Qiang, lors d'un déjeuner. C'est bizarre, chez nous, les entretiens d'embauche se font en mangeant, comme si tout était réglé d'avance. Et effectivement, j'ai été tout de suite recrutée.* »

L'importance de la recommandation ressort aussi de la façon dont la photographe Zhao Jing a été recrutée. En stage au journal *Xinjingbao* de Pékin, en 2004, le chef du service photo la présente à Chang He et à An Guangxi venus lui rendre visite. Elle leur montre quelques uns de ses travaux et se voit tout de suite proposée de venir travailler à Shanghai.

Après l'embauche, le nouvel employé effectue un stage, sorte de période d'essai, au bout de laquelle le journal propose son premier contrat de travail. Celui-ci est d'un an renouvelable. Durant la période de stage, le nouveau collaborateur n'est pas rémunéré par le journal.

En apparence donc, seuls des critères professionnels président au recrutement des collaborateurs du Centre visuel et le critère politique ne semble jouer aucun rôle. Mais en réalité, ce dernier est présent, bien que de façon différente selon le type d'emplois à pourvoir. Pour les photojournalistes et éditeurs photos de base, l'appartenance au Parti communiste n'est pas une nécessité. En effet, seuls deux photographes de base sur 6 en seraient membres et quelques autres sont membres de la Ligue de la jeunesse communiste. Le Département de la propagande n'intervient pas directement dans l'attribution de ces postes de travail. La sélection des candidats est effectuée par les responsables du Centre visuel eux-mêmes. Cependant, il revient aux responsables des services de s'assurer que les candidats n'ont pas de « problème politique ». Il leur serait en effet interdit de recruter une personne jugée impropre à l'exercice du métier de journaliste par le Département de la propagande.

Toutefois, l'appartenance au Parti communiste est indispensable pour l'exercice des fonctions à responsabilités. Ces postes font l'objet d'une procédure de recrutement validée par le Département de la propagande. Ainsi, le chef du Centre visuel et celui du département des photographes sont membres du Parti communiste. Ce fait relativise la priorité affichée pour la primauté à l'expérience et à la motivation professionnelle.

6) Un statut précaire

Tous les journalistes du *Dongfang* sont sous contrats de travail à durée déterminée d'un an, renouvelables indéfiniment. Cette pratique est habituelle dans la presse chinoise commercialisée. Les photographes ne perçoivent pas ces contrats comme une forme de précarité, car « *il est facile de trouver du travail dans un autre journal en cas de licenciement* », dit l'un d'entre eux. Les exemples d'anciens photographes du *Dongfang* dont les contrats n'ont pas été renouvelés et qui ont aisément retrouvé du travail les confirment dans l'impression qu'ils n'ont pas à craindre le chômage pour raison économique.

Même sérénité chez les éditeurs photo. « *Je ne connais personne dont le contrat n'a pas été renouvelé*, affirme Chen Feiyan. *De plus, je sais que je peux quitter le journal à condition de donner un préavis de un mois et je pense qu'il me serait facile de trouver un autre travail.* » Employeur et l'employé ne verraient donc chacun que des avantages à un système de contrat à durée déterminée.

L'idée que des contrats renouvelables d'un an peuvent représenter un danger sur l'indépendance des journalistes face à leur hiérarchie et face au pouvoir politique n'effleure pas les esprits. C'est avec surprise que les journalistes apprennent que leurs confrères français estiment nécessaires de bénéficier d'un contrat stable pour garantir leur indépendance. En revanche, ils voient bien l'intérêt économique que tire l'employeur des contrats à durée déterminée : « *ce système de contrat permet de garder le personnel sous pression et d'élever la rentabilité du travail* », affirme An Guangxi. « *La Chine est passée d'un système d'emploi à vie dans une économie planifiée à un système de contrat de un an dans une économie de marché*, résume Chang He. *C'est certainement moins risqué pour l'employeur. Cela pousse à la concurrence entre les employés qui doivent bien travailler s'ils veulent se voir renouveler leurs contrats.* » De fait, ce mode de gestion du personnel permet à l'employeur d'ajuster aisément ses effectifs en cas de problème économique. C'est ainsi que par non-reconduction de contrats annuels, le nombre de photographes a baissé de près de moitié entre 2003 et 2007. Le non renouvellement d'un contrat d'un an pourrait aussi servir au journal à se débarrasser d'un journaliste à l'esprit trop indépendant, mais aucun cas de ce type n'est arrivé à notre connaissance.

Il est cependant un point qui irrite les journalistes qui ne sont pas originaires de Shanghai. Ces derniers s'estiment discriminés en raison de leur état civil.

Originaires pour la plupart d'autres provinces chinoises, certains d'entre eux ne bénéficient pas d'un *hukou* permanent (certificat de résidence obligatoire) de la ville de Shanghai, mais seulement d'un certificat provisoire. Cette situation engendre une inégalité dans l'accès aux services publics de Shanghai. « *Les*

photojournalistes du Dongfang qui n'ont pas le hukou de Shanghai payent plus chers l'accès à certains services (santé, éducation) alors que leurs salaires sont les mêmes que ceux qui ont un hukou de Shanghai. C'est injuste », se plaint un journaliste.

Cette discrimination conduit aussi à des complications bureaucratiques, par exemple pour les demandes de visas, selon le chef du Centre visuel, Chang He. Son *hukou* est enregistré dans la ville de Xian à 1500 km à l'ouest de Shanghai. Quand il veut se rendre à l'étranger, il doit demander un visa auprès d'un service consulaire à Pékin. Il ne peut pas le faire auprès d'un consulat à Shanghai, car Xian dépend des territoires consulaires de Pékin. La démarche représente des frais et du temps supplémentaires par rapport aux collègues dont le *hukou* est enregistré à Shanghai.

7) Rémunération en baisse, ménages en hausse

La rémunération moyenne des photojournalistes du *Dongfang* est de 6000 yuans par mois, celle des éditeurs photos est inférieure de quelques centaines de yuans par mois. La rémunération atteint 8-9000 yuans pour les chefs des départements des photographes et des éditeurs photos. Elle grimpe à 14-15 000 yuans pour le chef du Centre visuel. Particularité du *Dongfang*, les rémunérations des photojournalistes et éditeurs photos sont supérieures à celles des rédacteurs et secrétaires de rédaction. C'est sans doute l'un des signes les plus forts de l'intérêt que porte le journal à la photographie.

Le niveau global de la rémunération est l'addition de plusieurs composantes. Le salaire fixe ne représente qu'une faible part comparée à la partie variable. Ainsi, le fixe ne se monte qu'à environ 800 yuans pour un photographe, soit moins d'un cinquième de sa rémunération totale. Le reste est composé de primes calculées d'après la productivité. Il en est ainsi dans toute la presse chinoise où les primes sont toujours plus importantes que le salaire fixe.

Le calcul des primes est opéré par le chef du département. À un rythme hebdomadaire, celui-ci comptabilise pour chaque photographe le nombre de propositions de photos, le nombre de reportages réalisés et le nombre de photos publiées par le journal. Puis il distribue entre les photographes une somme globale que lui alloue le chef du service Chang He. Avantage de la formule : les photographes savent combien il leur faut travailler pour atteindre une rémunération de 6000 yuans.

Selon Ashley Esarey, le système de prime est non seulement un moyen de pousser à la productivité des journalistes, il contribue également à leur obéissance car seuls les reportages publiés sont rémunérés à taux plein. Les articles que la hiérarchie et la censure rejettent ne sont pas rémunérés, ou bien faiblement dédommagés. Le système de prime constitue ainsi un moyen de normalisation. Il pousse les journalistes à anticiper les désirs de la propagande afin de maximiser leurs revenus. « Les journalistes qui perdent la faveur de leurs supérieurs, ou bien dont le travail est souvent censuré, se retrouvent rapidement à courts d'argent », souligne Ashley Esarey.

Certains photographes estiment exagérée la part de leur rémunération fixée sur la base de la productivité et demandent une revalorisation du salaire fixe : « *je trouve normal de tenir compte de la productivité pour évaluer mon revenu, mais la part fixe compte pour trop peu avec seulement 800 yuans* », estime un photographe embauché en 2003. En réponse à ce mécontentement larvé, le journal augmenterait de 20% par an le salaire fixe.

Le principe du calcul de la productivité est le même chez les éditeurs photos. « *Chaque mois, le chef du Centre visuel me confie 28000 yuans*, explique Yue Qiang, chef du service des éditeurs photos. *Je partage cette somme parmi les employés du service au vu d'une évaluation mensuelle de leur travail.* » Le montant de final de la rémunération peut de la sorte beaucoup varier d'un mois à l'autre. Par exemple, Chen Feiyan qui gagne en général de 5000 à 6000 yuans

par mois, peut accroître sa rémunération à 7500 yuans, soit 25% de plus, quand elle réalise un travail pour un supplément hebdomadaire édité par le journal.

A ces deux premiers éléments de la rémunération s'ajoute l'argent des « enveloppes rouges », fruit de leur vénalité face aux sources (voir la partie sur le Clientélisme). Enfin, les photojournalistes disposent d'une dernière source de revenu, certes aléatoire : la prime de 250 yuans qui récompense chaque semaine la meilleure photo.

« Le Dongfang a la réputation d'être le journal de Shanghai qui paye le mieux ses journalistes », affirment plusieurs journalistes. Cela était sûrement vrai en 2003, mais resterait à confirmer en 2007. Car entre-temps, le journal a baissé la rémunération de ses employés. Plusieurs journalistes qui affirment avoir gagné environ 7000 yuans en 2003 font état en 2007 d'une baisse de rémunération de l'ordre de 1000 à 1500 yuans, soit près de 25% en quatre ans. *« Mon salaire a baissé par rapport à 2004, à l'époque il était de 7 à 8000 yuans par mois. Aujourd'hui, il est de 5 à 6000 yuans par mois, dont la majorité est variable et calculée en fonction de la productivité »,* précise Zhao Jing.

Dans le même temps, les photographes estiment que *« la charge de travail individuelle a augmenté depuis l'adoption de la nouvelle formule, en octobre 2006, car nous sommes moins nombreux et la pagination augmente à nouveau ».*

Les éditeurs photos aussi ont vu la quantité de travail exigée augmenter. En somme, les employés du *Dongfang* travaillent plus en 2007 pour gagner moins qu'en 2003.

Pour compenser le manque à gagner, les photojournalistes multiplient les ménages extérieurs : photos de mariages, d'entreprises, d'événements commerciaux. *« Je fais beaucoup plus de ménages aujourd'hui qu'en 2003 parce que ma rémunération au Dongfang a baissé et que mon carnet d'adresses s'est enrichi depuis mes débuts »,* explique le photographe Zhang Dong.

Par ailleurs, les besoins financiers des journalistes augmentent, surtout pour les anciens. Entrés très jeunes au journal en 2003, ils ont depuis lors investi dans un

logement, fondé une famille. « *Quand je suis venu à Shanghai, je n'étais pas marié et je n'avais pas acheté d'appartement. Aujourd'hui, je suis propriétaire d'un appartement, mais je dois verser payer chaque mois 3000 yuans à la banque pour rembourser mon emprunt. Sans les ménages et les revenus de ma femme, nous ne pourrions pas payer cette somme* », précise Zhang Dong.

Au final, la baisse de la rémunération versée par le *Dongfang* et l'augmentation des dépenses individuelles rendent les photographes plus dépendants des enveloppes rouges et des revenus générés en dehors du journal. Une situation qui ne peut que se répercuter en négatif sur la qualité de leur travail au *Dongfang*, en termes de temps et de motivation.

B) À la poursuite du professionnalisme

Plus qu'un simple moyen de gagner sa vie grâce à l'exercice d'un métier, travailler au *Dongfang* représente pour ses photographes et éditeurs photos un moyen de poursuivre un idéal. Cependant, les difficultés économiques du journal et la pratique du métier ne répondent pas toujours aux attentes. D'autant moins que le Département de la propagande encadre de près les activités de la rédaction.

1) Un idéal photographique...

Le seul besoin de trouver un emploi n'explique pas pourquoi photographes et éditeurs photos sont venus travailler au *Dongfang*. D'autant moins qu'ils occupaient déjà tous un emploi au moment de présenter leurs candidatures au journal et que les exemples de personnes qui ont quitté le journal et trouvé aisément du travail ailleurs sont nombreux.

Photographes et éditeurs photos sont venus au *Dongfang* attirés par un ambitieux projet éditorial et par la réputation du journal. C'est l'importance qu'accorde le *Dongfang* à la photo d'actualité qui les a incités à postuler au journal et contribue à leur fidélité. « *J'ai quitté le Shanghai Qingnianbao pour venir au Dongfang car je voulais changer de façon de faire de l'information. Au Qingnianbao, j'avais le sentiment que l'information n'était pas traitée de façon assez professionnelle, surtout au niveau des images. Il n'y avait pas de marge de progression, ni de créativité* », se souvient Xu Haifeng. La place accordée à la photo, la qualité de la mise en page, la publication de photos sans articles, satisfont une partie de cet idéal.

Les photographes du *Dongfang* apprécient également la dose d'autonomie dont ils bénéficient. « *Le Dongfang est un bon journal, car il nous encourage à faire mieux, il nous stimule* », souligne Gao Jianping. « *La conception du photojournalisme dans le Dongfang me convient*, explique de son côté Zhang Dong. *Elle nous assure une certaine autonomie. Nous pouvons proposer des sujets au lieu de travailler seulement sur ordre des rédacteurs. Dans les autres journaux, on tend à se servir de la photo simplement pour remplir les pages, là où il n'y a pas assez de texte. Ils restent dans la conception habituelle qui accorde plus d'importance au texte qu'à l'image. Le Dongfang éduque le public chinois à la culture de la photographie d'actualité.* » Un avis partagé par l'éditrice photo Xue Jing : « *le Dongfang a importé à Shanghai le concept de l'édition photo. Dans les autres journaux, l'édition photo n'est pas un service à part, mais dépend du service photo. C'est pourquoi je veux rester au Dongfang, c'est le journal de Shanghai qui accorde le plus d'importance à la photo.* » « *Les photographes du Dongfang privilégient l'information et la volonté de la transmettre en images au public* », estime Gu Zheng. Selon le professeur de Fudan, à ces valeurs communes avec leurs confrères occidentaux, les photographes chinois en général en ajouteraient une autre, spécifique à la situation de la Chine : « *beaucoup d'entre eux expriment la volonté de participer*

au développement de la Chine, de Shanghai, en particulier, et de le documenter pour les générations futures. »

Certains, comme la photographe Zhao Jing, s'attribuent volontiers une responsabilité sociale : *« nous avons la chance de disposer d'un espace, d'un écran, sur lequel nous pouvons nous exprimer. Je veux m'en servir pour être utile aux gens grâce à mes outils professionnels, c'est cela que j'entends par responsabilité sociale »*. En revanche, s'ériger en contrepoids du pouvoir est hors de portée. *« Contrôler le pouvoir est aujourd'hui impossible en Chine, donc aucun photographe ne se fixe cet objectif »*, précise Gu Zheng. Les photographes entretiennent plutôt une certaine ambiguïté dans leur relation avec le pouvoir. Ils disent vouloir faire de l'information la plus objective possible, ce qui suppose au moins une distanciation par rapport au pouvoir, mais ils cherchent aussi la sécurité et la protection que procure ce dernier. C'est ainsi que le photographe Xu Haifeng explique n'avoir pas hésité à démissionner de son ancien emploi pour rejoindre le *Dongfang* : *« en Chine, quand le gouvernement crée un journal, ce n'est pas un jeu d'enfant, c'est du sérieux. S'il dit qu'il va le créer, c'est sur il va le faire. J'ai donc pensé que je pouvais tenter ma chance au Dongfang sans prendre un gros risque »*.

La réputation nationale que confère la photo au *Dongfang* attire des vocations. *« Je suis une fille du nord, de Mongolie, et Shanghai avait une mauvaise réputation pour moi. Mais j'ai quand même accepté de venir ici car le Dongfang avait bonne réputation pour la photo »*, se souvient la photographe Zhao Jing. *« Après mes études à Pékin et un emploi dans une agence photo, entrer au Dongfang était pour moi l'occasion de travailler pour l'un des deux journaux chinois réputés pour la photo, l'autre étant le Nanfang Dushibao de Canton »*, indique l'éditrice photo Chen Feiyan recrutée en 2005.

Le credo pro-photo du *Dongfang* explique aussi la fidélité des photojournalistes. Un bon tiers des photographes embauchés en 2003 est toujours là. Ces anciens déclarent ne pas envisager de quitter le journal. *« Je ne crois pas que je quitterai*

le Dongfang car Shanghai est une ville très grande où il me reste encore tant de choses à découvrir et que je veux suivre de près », déclare Wang Juliang. La fidélité des anciens est d'autant plus remarquable que leurs salaires ont baissé entre 2003 et 2007 en raison des difficultés économiques du journal. Pourtant, comme le prouvent les exemples des photojournalistes licenciés en 2005, il leur serait facile de trouver un nouvel emploi dans un autre média. « Je resterai au Dongfang malgré les difficultés, car il reste le meilleur journal en matière de photo », conclue Zhang Dong.

Les multiples réunions organisées par le Centre visuel, ou d'autres réunions auxquelles ses membres sont invités, entretiennent aussi l'idéal photographique. La participation à ces réunions n'est pas obligatoire. Réunions hebdomadaires pour désigner la meilleure photo de la semaine, rencontres mensuelles avec des photographes extérieurs invités au journal, réunions annuelles des photojournalistes des journaux du delta du Yangzi et des grands journaux chinois : photojournalistes et éditeurs photos du *Dongfang* ont de nombreuses occasions de rencontrer leurs confrères et de confronter leurs expériences. Le prestige du journal est renforcé par ces rencontres dont il est souvent à l'initiative et auxquelles il invite des photographes des autres journaux de Shanghai.

Tous ces éléments positifs peuvent se résumer dans une formule par Zan Kuang, un responsable de l'agence ImagineChina : *« les photographes chinois, et du Dongfang en particulier, ont la chance d'évoluer dans une société très stimulante, qui évolue vite, qui s'améliore et qui pose des défis ».*

2) ... écorné par la pratique.

Revendiqué par les journalistes, concrétisé au moins en partie au quotidien, l'idéal photographique s'avère pourtant de plus en plus difficile à atteindre. Les difficultés économiques et politiques rencontrées par le journal depuis 2004 l'ont sérieusement écorné.

Au plan des revenus, l'incapacité du journal à atteindre les objectifs de diffusion entre 2003 et 2005 a conduit à une baisse de 15% à 20% des salaires. La dégradation de leur salaires pousse les photojournalistes à chercher des revenus annexes (photographies de mariage, d'entreprises, etc.) et les rends plus réceptifs à la vénalité à travers le phénomène des enveloppes rouges. Ces préoccupations financières découragent l'investissement personnel dans le travail pour le journal, aussi bien en temps consacré qu'en qualité de réalisation. D'autre part, les photographes considèrent que la qualité des photos publiées a baissé par rapport à 2003. Ils évoquent deux raisons pour expliquer cette baisse. La première est liée au retrait du groupe Nanfang à l'automne 2003. Celui-ci a été suivi notamment par une réduction du nombre de reportages d'investigation dont le journal s'était fait une spécialité à son lancement. *« Ces reportages ont valu au Dongfang d'être critiqué et parfois puni sous forme d'amendes pour les journalistes et éditeurs photos »*, se souvient un éditeur.

La deuxième explication est d'ordre économique. Elle correspond à la relance du journal lors de l'adoption de la nouvelle maquette, en octobre 2006. *« Depuis lors, nous publions moins de photographies originales. Celles que nous faisons sur Shanghai sont devenues plus concrètes, mais aussi plus banales. De plus, nous ne publions plus de double-pages de reportages photos »*, regrette Gao Jianping. Le photographe estime cette évolution inévitable pour assurer la survie du journal, mais il en garde une frustration. Recruté parmi les premiers photographes en 2003, Gao Jianping garde la nostalgie de la première période du journal. *« En fait, je préfère le journal de 2003. À cette époque, les gens étaient impétueux. Ils avaient tous un idéal, étaient motivés et travaillaient beaucoup. Puis le Dongfang s'est normalisé. Il n'y a plus de double-page de reportages photo. Maintenant, le Dongfang veut avant tout rivaliser avec le Xinwen Chenbao pour la quantité d'exemplaires diffusés. »* Le photographe Shi Xunfeng partage ce constat : *« aujourd'hui, le journal comporte davantage de publicité et moins de photos. Le changement a été nécessaire. En 2003, le*

journal était inspiré par des modèles étrangers, mais il n'était pas adapté à son environnement. Depuis 2006 cela s'améliore. D'ici un à deux ans, lorsque le journal aura amélioré sa situation économique, nous pourrions peut-être réaliser les idéaux de 2003. Je suis optimiste, car la hiérarchie intermédiaire du journal est restée la même depuis 2003. Si l'argent rentre, le journal va améliorer à nouveau sa qualité. » De son côté, Zhang Dong rappelle que « *en 2003, le Dongfang publiait chaque semaine un cahier photo de 4 à 8 pages avec des reportages. Puis ce cahier n'a été publié que toutes les deux semaines, et finalement il a été supprimé à cause des difficultés économiques. Les pages ont été prises par la publicité et le texte* », regrette-t-il. La nostalgie des cahiers photos s'exprime d'ailleurs sur les murs de la salle des photographes, tapissés de doubles pages de reportages photos. La couleur de papier jauni de la plupart d'entre eux signale cependant qu'ils ont été imprimés déjà il y a plusieurs années.

« En quatre années, le Dongfang est passé de l'idéalisme au réalisme, résume An Guangxi, le responsable des photographes. Au début, il était trop relevé pour être populaire. Les gens disaient que c'était un bon journal, mais peu l'achetaient. Le Dongfang a été salué par les professionnels, mais pas par les lecteurs. C'était un bon journal en contenu et en forme, mais il ne correspondait pas aux attentes du marché. La leçon c'est que le meilleur journal en qualité n'est pas forcément le plus réussi économiquement. Seules les qualités adaptées au public peuvent permettre au journal d'améliorer sa situation économique. » De ce point de vue, la nouvelle formule du journal lancée en octobre 2006 constitue un tournant. « *Le Dongfang a mûri, estime An Guangxi. Il est devenu plus raisonnable, mais en même temps, cela l'éloigne de l'idéal journalistique de départ. »*

Ancien photographe du *Dongfang* remercié par le journal en novembre 2005, Zhang Hongbing confirme l'existence d'un idéal parmi les photographes du journal. « *J'aimais l'ambiance du Dongfang. Nous étions habités par un idéal,*

se souvient-il. *Tout le monde donnait son meilleur, on voulait faire les meilleures photos possibles. Maintenant, le Dongfang s'est un peu normalisé, mais l'idéal de départ reste toujours dans la tête des photographes. Simplement, le journal a été obligé d'adapter son idéal à la réalité de son environnement afin de survivre. C'est une forme de darwinisme. Ce sont les conditions économiques et politiques qui l'empêchent de poursuivre son idéal de départ. »*

Toutefois, si les photographes du *Dongfang* éprouvent une passion véritable pour la photo, ils sont aussi préoccupés de réussite sociale et économique, selon Zan Kuang, vice-directeur de l'agence ImagineChina. *« La relation qu'entretiennent les photographes chinois avec la photo est différente de celle de leurs confrères étrangers, souligne Zan Kuang. Ces derniers vivent leur art comme une passion, une fusion, à laquelle ils sacrifient parfois leur bien-être matériel. Les Chinois n'en sont pas capables : ils cherchent avant tout à être reconnus et à gagner leur vie. Ainsi, en général, après avoir travaillé quelques années et avoir réalisé quelques bonnes photos, le photographe chinois devient exagérément fier de lui-même. Il cherche à se mettre en avant, car il veut être reconnu, et pour être reconnu, il lui faut se valoriser. »*

C. Censure et autocensure

Outre les difficultés économiques de départ, les incessantes interventions du Département de la propagande dans le travail de la rédaction empêchent le journal d'exprimer tout son potentiel professionnel. Les journalistes apprennent à vivre avec ses restrictions et intègrent les règles de l'autocensure.

1) Tout puissant Département de la propagande

L'observation du travail des photographes et des éditeurs photo du *Dongfang* montre que le traitement de l'actualité par le journal est fortement influencé par le Département de la propagande. Ce dernier poursuit un double objectif : d'une part, contraindre le journal à diffuser auprès des habitants de Shanghai des informations bénéfiques au Parti communiste, à l'État et au gouvernement municipal ; d'autre part, l'empêcher de publier des nouvelles susceptibles de nuire à ces autorités.

Le Département de la propagande recourt à plusieurs moyens pour influencer a priori la rédaction du *Dongfang*. Le premier consiste à lui adresser des circulaires de propagande. Ces circulaires arrivent au journal, au niveau de la direction, par fax en début d'après-midi. Le rythme n'est pas forcément quotidien même si les jours sans circulaires sont peu nombreux. Les circulaires sont l'addition des directives nationales édictées par le Département central de la propagande, à Pékin, et locales formulées par le Département de la propagande de Shanghai. En cas d'actualité imprévisible, par exemple le tremblement de terre du Sichuan, le Département de la propagande émet des directives spéciales au fur et à mesure de la connaissance qu'ont les autorités de l'événement et de la couverture qu'elles souhaitent lui donner.

Les circulaires arrivent sur un fax dans un bureau de la direction du journal. Le rédacteur en chef doit les signer afin de ne pas pouvoir prétendre par la suite qu'il n'en a pas eu connaissance. Les directives sont ensuite photocopiées et diffusées dans le journal, au niveau des chefs de service concernés par les contenus. Si une circulaire ne traite que d'un point de l'actualité internationale, elle n'est pas diffusée dans les autres rubriques, et inversement.

Outre les circulaires transmises par fax aux responsables du journal, le Département de la propagande transmet aussi ses ordres de façon orale. En cas d'urgence, ceux-ci sont transmis par téléphone au directeur du journal ou bien au rédacteur en chef. En cas d'urgence ou de points particuliers, il appelle aussi les

responsables de service sur leur numéro de portables. Au sein du journal, ces directives annoncées dans l'urgence sont elles-mêmes transmises oralement dans les services. La transmission est l'œuvre d'un émissaire de la direction qui effectue une tournée des chefs de rubriques. Cette méthode est qualifiée par les journalistes de « réunions en coup de vent » (*chui Fenghui*). Charge ensuite aux chefs de service d'en informer dans un deuxième temps les journalistes dont il a la responsabilité.

Le Département de la propagande dispose encore d'un troisième moyen d'intervention dans le travail de la rédaction : la censure a posteriori. Si le journal publie une information qui déplaît aux censeurs, il admoneste le directeur et le rédacteur en chef. Ceux-ci doivent alors confesser leur "erreur" et rédiger une autocritique. La méthode est particulièrement retors car il peut s'agir d'informations dont aucune directive n'avait interdit a priori la publication.

Résultat : « *il arrive que des journaux publient des reportages sans savoir s'ils vont déplaire au Département de la propagande, explique Gu Zheng. Si ce dernier n'aime pas le reportage, il critique le journal a posteriori.* » Véritable épée de Damoclès au-dessus de la tête des journalistes, la possibilité de pouvoir critiquer a posteriori les auteurs d'une information qui n'était pas interdite a priori fonctionne comme une puissante incitation à l'autocensure.

La volonté de garder le secret sur l'existence du système de censure est le point commun des méthodes de transmission des directives du Département de la propagande. Elle explique que le département de la propagande n'adresse pas ses directives par courriers électroniques. Ces derniers pourraient être imprimés à volonté ou bien être transférés à l'extérieur du journal. Quant aux réunions en coup de vent, elles ne doivent laisser aucune trace écrite. Le public chinois ne doit pas savoir de quelle façon le pouvoir dicte les contenus des médias. La révélation par des journalistes des contenus des directives du Département de la propagande est d'ailleurs assimilée à une violation de secret d'État. Elle peut valoir à son auteur des sanctions financières, administratives, voire pénales. La

toute puissance du Département de la propagande fait dire à un journaliste que « *les directives ne nous laissent aucune marge de discussion. Nous ne pouvons que les appliquer* ».

Les sujets abordés par le bureau de la propagande concernent souvent des informations susceptibles d'intéresser le plus les lecteurs. « *Les sujets abordés par les circulaires sont de véritables informations*, constate un journaliste. *C'est souvent grâce aux circulaires du Département de la propagande que nous apprenons l'existence de certains événements.* » Par exemple, près d'un an avant l'arrestation de Chen Liangyu, le secrétaire général du Parti communiste de Shanghai, le Département de la propagande interdisait déjà de publier son nom et sa photo en page de couverture. « *Grâce à ses ordres, nous savions longtemps avant l'annonce officielle au public que Chen Liangyu était soupçonné de détournement de fonds. Le problème est que nous ne pouvions pas publier l'information...* », indique un éditeur photo.

De fait, les interdits du Département de la propagande privent le journal d'un puissant moteur pour son développement commercial. Pour l'essentiel, le public ne peut trouver dans le *Dongfang* que des informations autorisées par la censure ou bien présentées sous un angle favorable aux autorités. Seule consolation pour les journalistes : les circulaires du Département de la propagande s'adressent à tous les médias d'information. Elles ne représentent donc pas de distorsion à la concurrence.

2) L'apprentissage de l'autocensure

C'est en pratiquant leur métier que les journalistes apprennent à s'autocensurer.

a) Éviter les accidents

Ceux des photographes et éditeurs photos qui ont suivi des études de journalisme à l'université ont suivi des cours sur l'information en régime socialiste. Ils leur ont inculqué la nécessité de respecter toujours la

prééminence du Parti communiste et ainsi donné un avant-goût de la pratique des médias. Les cours et l'examen pour obtenir la carte de presse constituent un autre temps d'apprentissage théorique des règles de la censure. Mais c'est grâce à la pratique que les journalistes apprennent vraiment à connaître vraiment les formes et les contenus de la censure. À force d'y être confronté, ils développent des conduites d'autocensure.

La pratique du journalisme dans le *Dongfang* suppose une connaissance des règles de la censure et des risques encourus à la bafouer. Elle implique de savoir ce que la censure interdit, ce qu'elle risque de condamner et, par conséquent, pour sa propre sécurité, d'anticiper sur ces exigences. En l'absence de règles publiques en la matière, les photographes acquièrent cette connaissance par la pratique. *« C'est par l'expérience que le jeune photographe apprend quelle est la fourchette des possibles, quelles sont les limites inférieure et supérieure, explique un photographe. Nous avons une expression pour cet apprentissage : tirer les leçons des accidents de voitures (qianche zhijian – 前车之鉴). Les photojournalistes chinois conduisent des voitures sur une route. Soudain, la voiture placée en tête de file fait un accident. Les voitures suivantes passent prudemment à côté du sinistre et observent ce qui s'est passé : leurs conducteurs comprennent ce qui a provoqué l'accident et vont éviter de reproduire la même erreur. »*

Ces « accidents » sont parfois sans conséquences. Ainsi, lors d'une visite du ministre chinoise du Commerce, Wu Yi, aux États-Unis en mai 2007, le *Dongfang* publie une photo sur laquelle le président Georges Bush l'embrasse. *« Cette photo illustre l'interdépendance financière entre la Chine et les États-Unis, explique un éditeur. Mais des lecteurs se sont plaints au Département de la propagande que cette photo porte atteinte à l'honneur de la Chine. »* Cette plainte n'a pas eu de conséquences. Mais les accidents peuvent être plus sérieux. La reproduction d'une photo du secrétaire général du Parti communiste de Shanghai, Chen Liangyu, après son limogeage, en 2006, a conduit à des

sanctions administratives et financières pour l'éditeur photo qui avait "oublié" que le Département de la propagande avait interdit de publier toute image du dirigeant déchu.

La différence d'âge entre les journalistes en activité dans des journaux comme le *Dongfang* et les membres du Département de la propagande fait dire à Gu Zheng que « *c'est en partie un problème de génération : les journalistes sont jeunes et savent ce que veulent les lecteurs. Or ce qui intéresse les lecteurs est souvent sensible pour les personnes plus âgées qui occupent les postes de censeurs. C'est ainsi que les problèmes naissent parfois.* »

Toutefois, en l'absence de règles et de débat publics sur la censure, la difficulté du journaliste consiste à ne jamais savoir à l'avance avec une totale certitude, si les informations publiées vont ou non provoquer un accident. D'autant moins qu'une condamnation peut être établie a posteriori et sur un sujet qui semblait autorisé a priori. En définitive, c'est toujours le Département de la propagande qui décide si oui ou non le journaliste a eu un accident...

Dans ces conditions, et sauf à être dans une démarche frontale d'opposition à la censure, le journaliste apprend les vertus de la prudence. Tout conflit direct avec la censure est ainsi évité, mais au prix de l'autocensure. « *À force d'être répétées, les critiques du Département de la propagande induisent un changement de comportement du journal et des journalistes qui commencent à s'autocensurer*, résume Gu Zheng. *Ainsi, les jeunes journalistes font parfois des choses sans se rendre compte qu'ils vont s'attirer des problèmes. Puis leurs supérieurs les critiquent. Petit à petit, le jeune journaliste comprend qu'il ne peut pas travailler comme il pensait. Il apprend à s'autocensurer.* » Le journaliste finit par renoncer à aborder certains sujets pour le journal. Un photographe du journal les énumère à regret le sujets que le Département de la propagande de Shanghai bannit le plus sévèrement : « *la destruction de logements (un sujet très sensible pour la municipalité), la criminalité, les dirigeants nationaux, les manifestations, etc.* »

b) Progrès avérés, patience demandée

S'ils reconnaissent l'existence de la censure et se plaignent qu'elle contrarie leur ambition professionnelle, les journalistes se consolent en partie en comparant leur quotidien avec celui de leurs aînés.

Même s'ils sont trop jeunes pour avoir vécu des moments dramatiques de l'histoire contemporaine chinoise comme la Révolution culturelle et même le Printemps de Pékin de 1989, les journalistes du *Dongfang* savent qu'ils vivent à une période plutôt apaisée de l'histoire de leur pays. Ils doivent cette connaissance à leurs études, mais surtout aux récits familiaux. Parents, oncles et tantes, etc. : toutes les personnes plus âgés d'au moins une dizaine d'années qu'eux racontent en cercles privées des aspects dramatiques de l'histoire chinoise. Les jeunes journalistes d'aujourd'hui en tirent la conviction que leur pays est en progrès. « *Nos parents nous disent que la Chine a beaucoup progressé par rapport à ce qu'ils ont vécu* », souligne un photographe. Le constat des progrès économiques et sociaux du pays durant les trois dernières décennies ne peut que renforcer ces impressions. Il rend les journalistes sensibles à l'argument du pouvoir selon lequel les limitations à la liberté, y compris de la presse, sont nécessaires au stade de développement actuel de la Chine.

Cette notion de progrès dépasse les seuls critères matériels relatifs au taux de croissance, à l'amélioration des conditions de vie, de la santé, de la nourriture, etc. Elle concerne tout autant la liberté de mouvement, la disparition des campagnes politiques, l'ouverture sur l'étranger. Au plan politique, « *dans le passé, on ne pouvait pas faire ce que nous faisons aujourd'hui, même pas penser à la démocratie*, souligne un photographe. *Aujourd'hui, le terme est au moins autorisé, même s'il faudra encore du temps pour que la Chine se démocratise* ».

Le progrès touche aussi au journalisme car aujourd'hui les médias ne sont

plus seulement les porte-parole du pouvoir. « *On dit souvent que les journalistes chinois sont les yeux et la bouche du pouvoir (houshe – 喉舌). Cela a beaucoup changé avec les réformes : nous ne publions pas seulement des nouvelles favorables au pouvoir. Nous pouvons aujourd'hui faire un grand nombre de photos qui étaient impossibles il y a quelques années. Nous devons vendre sur le marché et pour cela proposer une information qui intéresse les acheteurs* », souligne un éditeur photo.

Aux yeux des journalistes du *Dongfang*, en matière d'information, la situation contemporaine serait une sorte d'intermédiaire entre les drames du passé et un futur plus démocratique. Le progrès serait linéaire ; il suffirait d'être patient pour que le progrès vers davantage de liberté de la presse se réalise, et surtout, il faut être compétitif sur le marché. Un bon journal est avant tout un journal qui se vend bien.

La particularité de la photo, sa capacité à reproduire fidèlement une réalité physique, représente une échappatoire face à la censure. « *L'image sur la photo reproduit quelque chose qui a vraiment été. Donc la photo ne ment pas* », affirme un éditeur photo pour se défendre de tout mensonge dans son travail. Cette particularité distingue le travail des photographes de celui des rédacteurs. Les premiers doivent aller sur le terrain pour faire les photos tandis que les seconds peuvent rester au bureau, attendre l'arrivée du fax ou téléphoner sans jamais voir par eux-mêmes la scène de l'actualité. « *Les photographes ne peuvent rester au bureau alors que les rédacteurs chinois se contentent trop souvent de reproduire le communiqué officiel* », ironise un photographe.

Si la photo ne ment pas, son absence pour certains sujets peut cependant relever du mensonge par omission. À ce propos, l'éditeur photo raconte l'histoire de deux moines dont l'un aide une femme à traverser une rivière au mépris de la règle monastique qui leur interdit de toucher les personnes de sexe opposé. Cette histoire lui sert à justifier la nécessité de « *s'adapter à la*

situation, d'oublier la règle quand c'est nécessaire. C'est ce que je fais dans mon travail. Au journal, je laisse mes croyances de côté. »

La façon dont les photojournalistes et éditeurs photos du *Dongfang* acceptent les limites à l'expression de la liberté de la presse évoque le compromis passé par le pouvoir avec sa population après la répression du mouvement démocratique de 1989. En vertu de ce compromis, la population tolère le maintien au pouvoir du Parti communiste et son autoritarisme en échange d'une croissance soutenue dont bénéficient avant tout les habitants des villes, et parmi ces derniers les membres de la nouvelle classe moyenne qui forment le lectorat du *Dongfang*. Transcrits dans l'environnement professionnel des journalistes du *Dongfang*, ce compromis dispose que les photojournalistes et éditeurs photos tolèrent les contrôles du Département de la propagande en échange de progrès éditoriaux et techniques dans la façon de faire de l'information.

c) Un étranger encore flou

Murs tapissés de journaux étrangers, achats de photos à des agences de presse étrangères, maquette inspirée du *Guardian*: les journalistes du *Dongfang* ont tendance à prendre leurs confrères étrangers pour des modèles. Ils ont conscience que leur pratique du métier diffère de celle dans les pays démocratiques. Toutefois leurs connaissances du modèle occidental sont plus livresques que pratique du fait qu'ils n'ont pas l'occasion de travailler avec des étrangers ni de séjourner dans des rédactions étrangères. Le manque de contacts et d'expérience de l'étranger entraîne un certain nombre de méconnaissances. Celles-ci transparaissent à l'occasion de questions que les journalistes soulèvent spontanément lors des entretiens.

Par exemple, certains journalistes se disent convaincus qu'en Occident aussi les médias sont des porte-parole du pouvoir. « *On dit souvent que les journalistes chinois sont la voix du pouvoir (houshe)*, rappelle un photographe. *Est-ce que finalement ce n'est pas aussi le cas à l'étranger ? Par exemple, on a bien vu que*

les journalistes américains étaient les “houshe“ de la Maison Blanche lors de la guerre contre l’Irak ». Mais ce photographe semble ignorer une importante différence : la presse américaine a depuis lors fait son autocritique pour avoir manqué au devoir de critique du pouvoir et d’information de ses concitoyens. Il confond donc un soutien provisoire et volontaire à la politique du gouvernement américain avec un rôle de courroie obligatoire de transmission médiatique. Une variante de cet argument consiste à dire qu’« *en Occident aussi les médias sont affiliés à des partis politiques* ». La différence entre la Chine et les pays démocratiques résiderait simplement dans le nombre de partis politiques. Inexact en soi, cette affirmation ne rend pas non plus compte du fait que les médias occidentaux évoluent dans un marché réellement ouvert.

L’absence d’un organisme de censure dans les pays où règne la liberté de la presse paraît tellement éloignée de la réalité de ce photographe du *Dongfang* qu’il se sent obligé de vérifier l’information : « *c’est vrai qu’il n’y a pas l’équivalent d’un Département de propagande en France ?* » Une réponse négative à cette question en engendre une seconde : « *Mais dans ce cas, de qui les journaux reçoivent-ils leurs ordres ?* » Que les rédactions de journaux peuvent refuser l’immixtion d’un pouvoir politique paraît invraisemblable. La retouche du bourrelet de Sarkozy par Paris Match, en août 2007, est avancée par des journalistes du *Dongfang* comme la preuve de l’intervention du pouvoir politique dans la presse française. Mais ils ne perçoivent pas les implications du fait que cette retouche a été dénoncée par les journalistes eux-mêmes en prenant appui sur l’éthique professionnelle, la concurrence entre les titres, l’existence de syndicats de journalistes indépendants. Les journalistes du *Dongfang* sont informés de l’existence en Occident de syndicats indépendants de journalistes, en revanche ils ne connaissent rien au système de société de rédacteurs et de droit de vote des journalistes dans certains media.

Mais c’est sur le statut juridique de la presse et du journaliste en Occident que les photographes et éditeurs photos du *Dongfang* semblent les moins bien

informés. Les dispositions protégeant la liberté de la presse, comme celles de la loi sur la liberté de la presse de 1881 en France ou bien celles de la Constitution américaine, restent abstraites car en Chine la loi reste avant tout perçue comme un moyen de contrôle social au lieu d'être un outil de défense des droits, y compris devant un tribunal indépendant. Ainsi, la méconnaissance la plus criante des journalistes du *Dongfang* concerne le droit des journalistes étrangers à garder le secret sur leurs sources d'information. Le fait que cette possibilité soit au fondement de la crédibilité de la presse occidentale leur échappe.

D'autres questions renvoient à des aspects plus pragmatiques. En premier lieu, le fait qu'en Occident il n'y a pas besoin d'obtenir l'autorisation de l'État pour créer un média reste inconcevable. « *Est-il vrai que chez vous n'importe qui peut créer un journal ? Il n'y a pas besoin de l'approbation de l'État ?* »

L'absence d'un protocole hiérarchique rigide entre médias nationaux et locaux en Occident étonne aussi beaucoup. En Chine, les médias nationaux (Chine nouvelle, télévision centrale, *Quotidien du Peuple*, etc.) ont préséance sur les médias locaux et se voient réservés certains sujets. « *Chez vous, un journal local peut donc faire une photo de Sarkozy ? Ce n'est pas réservé à l'Agence France Presse ? En conférence de presse, n'importe quel journaliste peut poser des questions ?* »

Les différences dans les procédures de délivrance de la carte de presse ne sont pas non plus bien connues. Les journalistes du *Dongfang* sont surpris d'entendre que leurs confrères étrangers ne sont pas obligés de suivre un enseignement et de passer un examen pour obtenir la carte de presse. Quant au fait de pouvoir en Occident d'assister à des conférences de presse, de réaliser des interviews, etc. sans disposer d'une carte de journaliste, il provoque l'étonnement. « *Mais s'ils n'ont pas la carte de presse, ils ne sont pas journalistes, non ?* »

En revanche, les journalistes du *Dongfang* semblent bien avisés du fait qu'à l'étranger la norme pour les journalistes est de refuser les cadeaux financiers de la part des sources d'information. « *Il n'y a pas d'enveloppes rouges à*

l'étranger, je le sais. C'est une particularité chinoise », reconnaît un photographe. Pour autant, il ne paraît pas prêt d'imiter le modèle étranger sur ce point...

Les nombreux points de méconnaissance des journalistes du *Dongfang* au sujet de la pratique de leurs confrères étrangers sont le reflet de leur manque de contacts avec la presse occidentale. La confrontation personnelle avec l'étranger permettrait de prendre mieux conscience des différences. C'est le constat tiré par un ancien photographe du *Dongfang* qui travaille à présent pour une agence de presse étrangère. Ses expériences de travail en environnements de presse chinois et étranger lui permettent d'effectuer quelques comparaisons éclairantes. « *En cas d'interview ou d'événement à couvrir, les étrangers ne font pas de photo ou ne publient pas de photo si l'événement n'est pas intéressant alors que les Chinois font la photo et la publient même si elle n'est pas intéressante* », note ce photographe. Par ailleurs, « *lors d'événements sensibles comme des manifestations ou des accidents de mines, j'ai constaté trois attitudes parmi les photographes présents : celui de Xinhua ne prend pas la photo car elle ne sera pas diffusée, celui du dushibao prend la photo même si elle ne sera pas diffusée, l'étranger prend la photo car elle sera diffusée.* »

D) Jouer avec les lignes blanches

Animés de l'idéal journalistique, des photojournalistes et éditeurs photos tentent d'élargir leur périmètre d'action face à la censure. Inspirée du tennis de table, ils jouent avec les lignes blanches. Comme dans ce sport prisé des Chinois, ils tentent de faire rebondir la balle sur les lignes qui délimitent les bords de la table. La balle rebondit dans le cadre autorisé, mais son rebond est imprévisible pour l'adversaire.

1) Repousser les limites

La censure est tellement présente, la pression à l'autocensure si forte, qu'il faut une bonne dose de courage pour faire vivre un idéal de photojournalisme à Shanghai. C'est cependant négliger la nature contradictoire de cet univers où la pression commerciale donne des occasions aux journalistes de repousser les limites fixées par le Département de la propagande. « *Les journalistes chinois testent en permanence les limites, ils essayent de les repousser* », s'exclame un photographe du *Dongfang*.

Selon le type d'actualité, le lieu où elle se déroule, son degré de photogénie, le journal tente plus ou moins d'élargir son degré d'autonomie. Quelques tendances émergent : le *Dongfang* se montre plus dynamique en cas d'actualité dramatique et des plus timorés pour ce qui concerne l'actualité politique de Shanghai. Entre ces deux extrêmes, tous les cas sont possibles, mais avec une constante : toute évocation de conflits dans l'actualité chinoise est bannie.

L'examen de la façon dont le *Dongfang* a rendu compte du tremblement de terre du Sichuan fournit un éventail des techniques utilisées pour repousser les limites : refus d'obéissance aux circulaires du Département de la propagande, évocations indirectes d'une question sensible, etc.

La volonté des journalistes d'élargir leur champ de liberté conduit à des conflits réguliers avec le Département de la propagande. « *Le Dongfang a de nombreux problèmes avec la propagande* », confie un journaliste. Par exemple lors de sa visite aux États-Unis, en avril 2006, le président chinois offre à son homologue américain un exemplaire du livre de l'*Art de la guerre* de Sunzi. Cette information ne figure pas dans les dépêches de l'agence officielle Chine nouvelle qui rend compte de la visite. Mais le *Dongfang* en a connaissance et la publie car elle est originale et parce qu'aucune directive du Département de la propagande ne le lui interdit. Cette initiative lui vaut de recevoir un appel téléphonique du

secrétariat de Hu Jintao. Celui-ci proteste contre la publication de cette information car elle ne figurait pas dans une dépêche de Chine nouvelle. L'actualité culturelle peut aussi s'avérer un domaine sensible. C'est notamment le cas pour les photos de nus, a priori interdites par le Département de la propagande qui les assimile à de la pornographie. Le *Dongfang* enfreint l'interdiction, le 20 avril 2007, en publiant une photo réalisée par Spencer Tunick, le spécialiste des compositions photographiques où des milliers de personnes posent nues.

Ces petits progrès dans la couverture de l'actualité finissent par banaliser la publication d'informations restées longtemps censurées. Il n'y a cependant pas de progrès linéaire. Des gains passés peuvent être annulés quand la censure redevient plus forte. Par exemple, en 2003, le *Dongfang* réalisait de lui-même des interviews de responsables étrangers et brisait ainsi le monopole de l'agence Chine nouvelle sur l'actualité internationale. Mais il a dû abandonner ce terrain quand les autorités de Shanghai ont renforcé leur contrôle sur la rédaction.

2) La double vie des photographes

Les images que produisent les photographes pour le *Dongfang* ne sont qu'une partie de leur travail. En dehors du temps consacré au journal, ils s'adonnent aussi à leur passion. Cette deuxième partie de leur activité les conduit souvent à photographier, en connaissance de cause, des sujets que le journal ne publie pas, soit par manque de place, soit parce que la censure s'y oppose. Car s'il est évident que, par manque de place, le journal ne peut pas publier toutes les images réalisées par ses photographes, il est tout aussi vrai qu'il n'en publie pas certaines parce que la censure l'en empêche.

Les photographes du *Dongfang* mènent donc une double-vie. Celle-ci est à la fois le signe d'un intérêt extraprofessionnel pour la photographie, mais également le symptôme de l'impossibilité de réaliser certaines photos pour le *Dongfang*. Par exemple, un photographe a réalisé un travail sur les habitants

expulsés de la zone de l'Exposition universelle de 2010. Sur certains clichés, des habitants occupent le toit de leurs maisons qui doivent être détruites. Ils refusent d'évacuer les lieux tandis que des policiers tentent de les appréhender. Un autre photographe garde les photos d'une foule s'en prenant violemment à une grande enseigne commerciale nipponne lors des manifestations anti-japonaises d'avril 2005 à Shanghai. À l'époque, le journal ne devait publier que des images de manifestants pacifiques, celles où la foule recoure à la violence risquaient de gêner la propagande anti-japonaise. *« Les photos dont je sais que le journal ne les publiera pas, je les prends quand même car elles m'intéressent, elles concernent des choses qui me plaisent. La censure est la raison principale pour laquelle certaines photos ne sont pas publiées par le journal. J'en suis conscient »*, explique l'auteur de ces images. Le photographe Zhang Dong suit des jeunes en difficultés familiale, scolaire ou sociale suivis par des travailleurs sociaux. *« Les jeunes qui rencontrent ce genre de problèmes à Shanghai sont de plus en plus nombreux, souligne-t-il. S'ils ne trouvent pas de solution, ils risquent de tomber dans la délinquance et représenteront un problème pour la société. »* Sur son ordinateur du journal, Zhang Dong a stocké seulement une partie des images faites, celles où l'on voit des jeunes lors d'ateliers collectifs animés par des travailleurs sociaux. Ces images positives de la prise en charge par l'administration d'un problème social réel peuvent être diffusées par le journal. En revanche, Zhang Dong garde à son domicile les portraits personnels qu'il a fait de jeunes. À la fois parce qu'ils ne correspondent pas au canon de l'imagerie positive qu'attend le département de la propagande et parce qu'il s'agit d'un travail personnel que l'auteur envisage de diffuser à terme dans d'autres espaces, par exemple dans des concours de photographes. Comme le résume un troisième photographe, *« certaines photos ne peuvent pas être rendues publiques aujourd'hui en raison des grands risques qu'elles recèlent pour les photographes. Tout ce que les photojournalistes peuvent faire, c'est prendre des photos en espérant que plus tard des personnes auront l'occasion*

de les voir et de comprendre ce qui se passe en Chine aujourd'hui. S'ils ne font pas ces photos qui, dans le futur, pourra voir des images de ce qui se passe aujourd'hui en Chine ? » Impubliables aujourd'hui, elles rejoignent "l'Enfer des photographes", en référence à l'Enfer de la bibliothèque, section qui regroupe les ouvrages jugés dangereux par la censure. Stockées sur les disques durs des ordinateurs, au bureau ou au domicile, elles attendent des jours meilleurs pour être publiées.

Ces exemples illustrent le fait que les photographes du *Dongfang* vivent en permanence une double vocation : pour le journal, ils documentent le développement de Shanghai dans des images surtout positives ; en privé, ils enregistrent les images d'une population confrontée à des difficultés ou qui exprime un mécontentement. Cette double vocation comporte également une dimension temporelle puisqu'elle conduit les photographes à réaliser un type de photo pour un public d'aujourd'hui et un autre type de photos pour un public futur. Xu Haifeng explicite cette dimension : *« au Dongfang, je peux devenir une sorte de documentaliste de l'histoire, estime-t-il. Il me plaît de penser que, dans le futur, quelqu'un verra mes photos et dira qu'elles témoignent du développement de la société chinoise au début du 21^e siècle. »*

La possession de la carte de presse est l'outil qui facilite cette double vocation professionnelle possible. D'un côté, elle oblige à produire pour le journal des photos que valide la censure, mais en même temps, elle autorise l'accès à des personnes et à des lieux interdits aux non-journalistes. Cartes de presse et prestige du journal sont alors mis au service d'un travail privé d'information. *« De nombreux photojournalistes chinois profitent de leur statut de journaliste et de la carte de presse qu'elle confère pour réaliser des photos que leur journal ne diffusera pas, confirme Gu Zheng. D'un côté, ils font les photos qu'attend le journal ; de l'autre côté, ils font les photos qui leur plaisent vraiment en se servant de leur carte de presse comme d'un outil pour accéder aux lieux et approcher des personnes. Les deux domaines de la photographie ne se*

recouper pas, ce qui en fait une particularité chinoise. » Un jugement confirmé par Chang He, le chef du Centre visuel : *« travailler pour un journal d'information constitue bien sur une réelle motivation pour un photojournaliste. Mais il a aussi l'espoir que la possession de la carte de presse lui permette de rendre compte de l'histoire de la Chine et de Shanghai »*. Le pragmatisme du photographe de l'Exposition universelle illustre ce comportement : *« finalement, la censure n'influence pas trop mon travail de photographe car je prends quand même les photos que je veux »*, conclu-t-il. Mais elle en interdit la publication. Comme Janus dont les deux visages sont tournés dans des directions opposées, le photojournaliste du *Dongfang* présente deux faces, l'une publique, l'autre privée. Le premier visage, initié à l'autocensure, travaille pour un journal devenu plus innovant dans la forme que sur le fond, car ses contenus restent en définitive étroitement contrôlés par le pouvoir ; le deuxième travaille pour lui-même, sur des sujets et pour des publics qu'il sélectionne, en se servant du pouvoir que confère la carte de presse pour aller, voir et photographier librement.

3) Obtenir une reconnaissance internationale

Les photographes du *Dongfang* manifestent un grand intérêt pour les concours internationaux de photojournalisme. *« Les photographes chinois participent sans doute plus que ceux des autres pays aux concours internationaux. Ils veulent y montrer des photos qui n'ont aucune chance d'emporter un prix dans les concours chinois car les critères de sélection ne sont pas les mêmes »*, selon Zhang Dong. Par exemple, ce dernier envisage de présenter un jour à un concours international ces photos sur les jeunes en difficulté sociale. Il estime qu'à cause de la censure, ce travail n'a aucune chance d'être primé en Chine. Comme Zhang Dong, les photos que les photographes chinois présentent aux concours internationaux sont celles qu'ils réalisent en dehors de leur temps de travail pour le journal. Cette particularité fait dire à Chang He que *« les*

photojournalistes chinois se servent des concours internationaux de photos comme un moyen pour s'affirmer dans leurs propres médias ».

Le concours le plus prisé est celui du World Press Photo (WPP). La voie a été ouverte par Li Nan, un photographe de la province du Shandong, au concours 1996 du World Press Photo (WPP). Non seulement, pour la première fois un photographe chinois gagne le concours, mais « *depuis lors, la fièvre de participation au WPP ne semble pas baisser* », note Song Xiaogang². Ce succès symbolise la reconnaissance internationale pour le travail des photographes chinois. Il est confirmé, en 2004, quand le photographe indépendant Lu Guang emporte à son tour le premier prix du WPP pour sa documentation du drame du sida dans un village de la province du Henan.

A sa deuxième participation, Chang He a décroché en 2007 le deuxième prix de la catégorie Nature du WPP. « *Deux raisons expliquent ma participation au WPP. En premier lieu, je voulais encourager les photojournalistes chinois. Leur montrer qu'ils peuvent faire d'aussi bonnes photos qu'un étranger. Emporter un prix à un grand concours international peut les encourager, car ils manquent en général de confiance en eux-mêmes et ont du mal à se faire une place dans leurs journaux. La deuxième raison est que je souhaitais que mon travail soit vu par davantage de personnes. La réalisation de mon reportage m'a pris un an. Je pensais qu'il valait la peine d'être présenté* ».

L'intérêt porté par les photographes du *Dongfang* aux concours internationaux contraste avec le désintérêt qu'ils expriment pour les concours nationaux.

Notamment pour le China International Press Photo Contest, un concours annuel organisé par l'Association des photographes chinois et l'agence de presse officielle Chine nouvelle. « *Des photographes de l'ancienne génération essayent de créer des concours fondés sur leur définition de la valeur des photos. Ils*

² Song Xiaogang : « One Country, Two Perspectives: Photojournalism in Mainland China and Hong Kong », Journalism and Media Studies Centre, The University of Hong Kong, May 2003.

veulent transmettre leurs valeurs aux jeunes photographes, mais ça ne marche pas car les jeunes n'aiment pas ces photos marqué par un style réalisme socialiste », juge Chang He. Spécialiste de la photo contemporaine chinoise à l'université Fudan, le professeur Gu Zheng explique que « les photographes chinois connaissent les standards de la photo internationale et les prennent comme référence. La Chine essaye de créer son propre prix Pulitzer de la photographie de presse chinois. Le jury de ce concours est composé des rédacteurs en chef du Quotidien du Peuple, de Chine nouvelle, d'autres journaux. Ces derniers connaissent les standards de la photo internationale et ils réussissent à attirer des photographes étrangers grâce au montant des récompenses offertes. Mais les photographes chinois savent par expérience que les membres de ce jury n'appliquent pas dans leurs propres médias les critères d'évaluation des photos du concours. Cela est typique d'un double système de valeur qui n'existe qu'en Chine. »

E) Le clientélisme bien chevillé

Les journalistes du *Dongfang* protestent volontiers de leur professionnalisme et se plaignent souvent en privé des restrictions que le Département de la propagande impose à leur liberté d'informer. Pour autant, leur pratique du métier ne se limite pas à une confrontation avec les sources et avec l'autorité de tutelle. « Enveloppes rouges » et avantages bien sentis font aussi le lit du clientélisme.

1) La tentation des « enveloppes rouges »

Le journal ne met pas à disposition de ses journalistes de voitures de fonction. Ces derniers se déplacent généralement en moyens de transports collectifs avec

des abonnements personnels. Ce n'est que rarement qu'il finance le taxi quand les journalistes doivent aller dans des lieux inaccessibles ou difficiles d'accès en transports en commun. Il ne prend pas non plus en charge les frais de communication des téléphones portables personnels que les journalistes utilisent pour le travail. Par ailleurs, la rémunération des journalistes a baissé de l'ordre de 15% entre 2003 et 2007.

La faiblesse globale de la rémunération des journalistes les rend ainsi perméables aux tentations de la vénalité. Celles-ci prennent souvent la forme des "enveloppes rouges" (*hong bao* – 红包). Bien que condamné par l'Administration générale de la presse et des publications (AGPP), cette pratique est courante dans la presse chinoise. Le *Dongfang* n'y échappe pas malgré l'interdit énoncé par sa Charte visuelle qui stipule que « *les photographes ne doivent pas accepter de cadeaux de la part de la personne photographiée* ». Offerte par une administration ou une entreprise, l'enveloppe rouge désigne un cadeau financier remis par une source à un journaliste. Elle est appelée ainsi en référence à l'enveloppe éponyme qu'offrent les parents à leurs enfants lors d'une fête de famille. À Shanghai, le montant habituel des enveloppes rouges est de l'ordre de 300 yuans (environ 30 euros). Officiellement, cet argent sert à couvrir les frais générés par la réalisation d'un reportage, mais les sommes offertes dépassent largement les frais réels du reportage. En réalité, la source s'assure que le journaliste ne lui nuira pas en publiant un article défavorable à sa réputation et ce dernier profite de son pouvoir pour arrondir ses fins de mois. Souvent, la source a elle-même sollicité la présence du journaliste pour une conférence de presse ou un autre événement. Par appât du gain, le journaliste se prête au jeu.

Rédacteurs et photographes se voient remettre les enveloppes rouges au cours de leurs reportages ou bien après sa publication. Certains gardent les enveloppes pour eux-mêmes, d'autres la remettent dans un pot commun pour que l'argent soit distribué à l'ensemble des employés d'un service. La rémunération des

journalistes stagiaires est fondée sur les enveloppes rouges. En même temps qu'ils apprennent le métier, les stagiaires s'initient donc à la vénalité.

Les journalistes du *Dongfang* sont gênés de parler des enveloppes rouges. Leur gêne tient au fait qu'elles sont interdites par le pouvoir et que ce dernier poursuit de temps en temps des journalistes en justice au nom de la lutte contre la corruption. Pour que la pratique puisse perdurer, il leur faut garder profil bas et ne pas dépasser le seuil de tolérance du pouvoir. La gêne des journalistes s'explique aussi par la présence de l'observateur étranger. Ils savent que les journalistes étrangers voient dans les enveloppes rouges une forme de corruption. La réputation de vénalité des journalistes chinois nuit à leur proclamation éthique. En général, lorsque le sujet est soulevé, les journalistes s'étonnent d'abord que l'observateur en soit informé, puis ils reconnaissent la réalité des enveloppes rouges. Ils démentent cependant être corrompus. Comme le dit candidement une éditrice photo : « *des enveloppes rouges jusqu'à 300 yuans c'est habituel, ce n'est pas de la corruption. Au-delà de 300 yuans, c'est de la corruption* ». Le fait que le journal puisse orienter sa sélection de l'actualité et son mode de traitement des sujets en fonction de l'argent que versent les sources aux journalistes ne semble pas les troubler. Dans le fond, outre l'intérêt financier qu'ils en tirent, la porosité des journalistes à la vénalité s'explique par la conception qu'ils se font de leur métier. Ils ne s'estiment pas corrompus car ils jugent que leurs intérêts et ceux de leurs sources convergent sur un point : enrichir la Chine.

L'origine de l'expression enveloppe rouge est significative puisqu'elle désigne le dons en argent entre membres d'une même famille ou bien entre proches lors des fêtes traditionnelles (nouvel an, mariage, etc.). À ces occasions, le don en argent exprime un lien social entre le donateur et le bénéficiaire : subordination, remerciement, obligation. On peut donc affirmer que lorsque les journalistes du *Dongfang* acceptent les enveloppes rouges, ils se reconnaissent comme les subordonnés de leurs sources.

2) Intérêts et avantage bien sentis

Les journalistes du *Dongfang* sont liés à leur journal par une série d'intérêts et de bénéfices matériels et sociaux. Ils lui doivent bien sur leurs emplois et leurs salaires, mais l'expérience de confrères ayant quitté le journal montre qu'ils peuvent trouver ailleurs des situations financières plus confortables. L'essentiel est donc ailleurs. Il s'évalue en terme de satisfactions personnelles, de relations, d'autonomie personnelle.

Pouvoir voyager à travers la Chine, découvrir son propre pays à travers l'exercice de son métier, constitue un puissant attrait professionnel et une raison de rester fidèle à son employeur. Plus encore, les réelles qualités en matière de photographie d'actualité du *Dongfang* soutiennent la réputation individuelle de ses producteurs. Les multiples rencontres qu'effectuent les photojournalistes sont souvent aussi l'occasion de nouer des contacts. Nombre de photojournalistes profitent de leur réputation et des contacts noués dans l'exercice de leur métier pour obtenir des commandes de ménages : photos de communication d'entreprise, publi-reportages, mariages, etc. Enfin le journal est au centre d'une intense activité culturelle et sociale en raison des nombreuses rencontres et réunions auxquelles il donne l'occasion de participer.

Enfin, les photographes profitent d'un accord tacite avec le journal : à côté des images que le journal leur commande, ils sont libres de photographier et documenter les sujets qui leur plaisent sans interférence du Département de la propagande. La possession de la carte de presse et le carnet d'adresse du journal sont utiles pour la réalisation de ces travaux personnels.

Ces nombreux avantages économiques, sociaux, culturels sont les éléments constitutifs du clientélisme décrit par Lee Chin Chuan, He Zhou et Zhuang Yu.

« En Chine, deux décennies de commercialisation ont rendu le clientélisme à la fois possible et nécessaire, jugent-ils. L'idéologie du Parti s'exprime à présent à travers des média commercialisés tandis que le privilège accordé aux média de

*faire des profits repose sur la réalisation de leur fonction politique. L'État et le capital sont entrelacés, pas extérieurs l'un à l'autre. »*³ Dans ce contexte, « *il reste peu d'espace pour développer une culture de professionnalisme des médias qui implique de prendre une position critique à l'égard de l'État et signifierait ainsi mordre la main nourricière.* »⁴

Affronter le Département de la propagande, c'est pour les photographes et éditeurs photos du *Dongfang* courir le risque de perdre leurs avantages. Le risque est bien sur plus grand pour les personnes les plus élevées dans la hiérarchie, celles dont l'exercice des fonctions exige l'adhésion au Parti communiste. D'un autre côté, contester ouvertement la censure et le pouvoir du Département de la propagande ne confère pas de bénéfices matériels. Le seul bénéfice ne peut être que moral. Ainsi, le poids de la censure et les attrait du clientélisme incitent fortement les journalistes à s'autocensurer et à trouver "naturel" l'existence de limites à la liberté de la presse en Chine.

3) Épilogue

Juillet 2008 : les chefs du service Image du *Dongfang*, Chang He, et celui du département des photographes, An Guangxi, sont retournés sur les bancs de l'université. Ils suivent les enseignements du Master de photographie délivré par le Département d'art visuel de l'université médicale de Dalian, dans le nord-est de la Chine. Créé en 2005, en coopération avec l'université anglaise de Bolton, la formation offre une option au photojournalisme et dure un an. Elle comble en partie le manque de formation professionnelle au photojournalisme en Chine. Huit étudiants étrangers venus du monde entier et une douzaine de chinois composent l'effectif. Les étudiants chinois se départagent entre des jeunes en formation initiale et des plus âgés en activité professionnelle. Outre les deux

³ Lee Chin Chuan, He Zhou, Zhuang Yu : « Big City, Small Place: Clientelism and Media in Shanghai », Dresde, juin 2006, p. 13.

⁴ Lee Chin Chuan, He Zhou, Zhuang Yu, *ibidem*, p. 12.

salariés du *Dongfang*, on note aussi la présence de Wang Jingchun, chef du service Image du *Nanfang Dushibao* de Canton.

Pour Chang He, « *ces cours donnent du temps. Ils me permettent de réfléchir à la photo, par exemple aux interprétations différentes que plusieurs personnes peuvent faire de la même image* ». Mais ce qui retient l'attention des étudiants en ce début d'été, c'est une session consacrée à la production d'informations multimédia. Animateur de la formation, Dave Clark a invité quelques étoiles de la profession : Dan Chung, correspondant du *Guardian* à Pékin et Brian Storm, ancien responsable de la rédaction internet du *Washington Post* et créateur du site d'information *mediastorm.org*.

Chang He et An Guangxi suivent avec d'autant plus d'attention cette session qu'ils préparent le passage au multimédia pour le *Dongfang*. Le journal envisage de se doter d'une édition électronique qui soit autre chose que la simple mise en ligne de la version papier. Jusqu'à présent, le développement du site web est bloqué car la réglementation l'oblige à n'être que la copie du papier et lui interdit de produire de l'information originale.

Comme pour la version papier du journal, la source d'inspiration initiale provient de modèles étrangers. « *On ne sait pas si le multimédia va éliminer la presse écrite, mais je pense qu'il va réduire le nombre de journaux à Shanghai. Nous n'avons pas le choix, il nous faut passer au multimédia* », juge An Guangxi. Dans cette nouvelle étape, les photographes du *Dongfang* sont appelés à jouer un rôle majeur car, comme le souligne Brian Storm : « *le multimédia sans image cela n'existe pas* ».

Conclusions provisoires

Jeunes, venus de tout le pays, formés le plus souvent sur le tas, les photographes et éditeurs photos du *Dongfang* tentent de faire vivre au quotidien un idéal de la photo d'actualité qui donne la priorité à l'information au lieu de la propagande.

En butte aux restrictions du Département de la propagande, ils trouvent dans des travaux personnels une échappatoire à la censure en même temps qu'un moyen de vivre plus pleinement leur idéal.

Cette situation cadre avec la description que fait He Zhou, un chercheur de Hong Kong, de la psychologie des journalistes chinois. S'inspirant des théories de psychologie sociale, He Zhou estime que les journalistes chinois vivent une « *dissonance idéologique* »⁵ : d'un côté, ils adhèrent à titre privé à l'éthique occidentale du journalisme, de l'autre côté, ils doivent en public accepter la censure. Cette situation engendre un inconfort que les journalistes tentent de réduire de diverses façons. Première solution, choisie en général par des journalistes qui occupent des positions intermédiaires : séparer les sphères publiques et privées, ce qui revient à accepter la prédominance de la censure au travail. Deuxième solution : réconcilier les idéologies publiques et privées. Cette solution est la plus couramment choisie par les journalistes qui occupent des fonctions de pouvoir, profitent du système et renoncent de fait à leurs idéaux. Troisième solution : tenir un double discours, l'un en public, l'autre en privé. Quatrième solution : repousser les limites de ce qui est autorisé en public afin d'exprimer des vues personnelles ou professionnelles. Cinquième solution : contester ouvertement le discours dominant au risque de subir la répression et d'entrer en dissidence.

À cette énumération, on constate que les journalistes du *Dongfang* ont tendance à recourir aux première et quatrième solutions pour réduire leur « *dissonance idéologique* ». En complément de l'analyse générale de He Zhou, il faut cependant ajouter deux points.

En premier lieu, le fait qu'il n'existe pas de frontière imperméable entre les deux solutions privilégiées pour réduire la dissonance idéologique : un même journaliste peut, sur un point, accepter la prédominance de la censure et, sur un

⁵ He Zhou, *op. cit.*, p. 603

autre, tenter de repousser les limites. La frontière passe plutôt dans les têtes de chaque journaliste.

Deuxièmement, les journalistes évoluent dans un environnement marqué par des contraintes politiques et économiques, mais celui-ci laisse aussi de la marge pour des négociations, des compromis, l'initiative personnelle. Celles-ci s'expriment aussi bien dans le travail pour le journal que dans le domaine personnel. L'existence de cette marge de manœuvre contribue à l'attachement des journalistes à leur journal. C'est l'existence de cette zone grise, où rien n'est formellement interdit ni autorisé, qui constitue le meilleur ciment entre les journalistes et les autorités.

CONCLUSIONS

Au terme de cette étude, le paradoxe évoqué en introduction entre la marche de la presse chinoise vers une forme de pluralisme et le maintien d'un étroit contrôle de la censure, illustré par la photo de « l'homme du tank », célèbre en Occident, mais inconnue des Chinois, s'éclaire en partie. Ce paradoxe résulte de la combinaison d'une féroce censure dans le cadre d'un système médiatique commercialisé et d'une acceptation par les journalistes de la domination du Parti communiste malgré leur prétention au professionnalisme. Les évolutions technologiques, notamment l'internet, bousculent les habitudes et obligent les acteurs à s'adapter aux nouvelles conditions de production et de diffusion de l'information, mais elles n'abattent pas la prédominance de la censure. À ce jour, la Chine poursuit une entrée dans la mondialisation en gardant la maîtrise nationale de son système d'information journalistique.

Si une contestation frontale du pouvoir sous la forme représentée par la célèbre photo est aujourd'hui inimaginable pour les journalistes du *Dongfang*, des formes de frictions se manifestent cependant mais qui ne visent pas un renversement du régime politique. À la différence de la situation qui prévalait en 1989 quand les journalistes exprimaient leur refus du rôle de courroie de transmission que leur assignait le Parti communiste et l'État, ces derniers ont réussi depuis les années quatre-vingt-dix, par les moyens de la répression et de la commercialisation, à ressouder les rédactions autour de leurs objectifs.

Les trois techniques utilisées pour cette étude (l'analyse statistique des photos publiées, les séjours en observation participante, l'analyse des entretiens) éclairent chacune une partie de cette réalité de la production d'information photographique dans le *Dongfang*. Aucune ne permet de soutenir que la dynamique actuelle conduit vers une forme de liberté de la presse, ni que la

situation actuelle serait une transition entre un passé autocratique et un futur nécessairement démocratique de la Chine.

Penseur des réformes économiques des années quatre-vingt et compagnon de Deng Xiaoping, Chen Yun, employait l'image de la cage et de l'oiseau pour décrire sa conception du rapport entre l'économie chinoise et le marché.

L'économie chinoise est comme un oiseau enserré dans la cage du marché, expliquait-il. Lorsque celle-ci est trop petite, l'oiseau étouffe. Il faut donc agrandir la cage et accorder davantage d'espace à l'oiseau pour qu'il puisse grandir. Mais jamais il ne doit sortir de sa cage. La même image vaut pour le rapport entre la production de l'information et la censure, entre les images d'actualité et les autorités. Dans ce cas, les barreaux de la cage sont formés par le mode de commercialisation, l'évolution de la censure, la conception du rôle des journalistes.

1) Les trois barreaux de la cage médiatique

a) Le barreau commercial

Le premier barreau qui fait obstacle à la liberté de la presse chinoise concerne son mode de commercialisation. L'accès au marché chinois est étroitement contrôlé par les autorités. Pour y accéder, un éditeur de journal doit accepter les conditions drastiques de publication qui entravent sa liberté d'expression. Celles-ci réduisent la concurrence entre journaux à un affrontement entre adversaires armés seulement d'épées éditoriales émoussées : aucun ne peut dépasser des limites fixées par la censure à la publication d'informations sensibles. Dans ce cadre limité, les journaux ne peuvent pousser au bout la logique de la concurrence entre eux qui favoriserait la publication d'informations originales, mais dont la connaissance par le public n'est pas souhaitée par les autorités. En même temps, les journaux existants profitent des avantages procurés par la nature oligopolistique du marché de la presse. Ils

concentrent les dépenses publicitaires qui ne peuvent s'investir que sur un nombre limité de supports. Les emplois, les revenus, les carrières des responsables de journaux et des journalistes sont liés à la captation de ces revenus publicitaires qui représentent l'écrasante majorité des recettes des journaux. Des liens de clientélisme se nouent qui constituent un puissant facteur de conservatisme politique car ces avantages ne perdurent qu'aussi longtemps que les acteurs maintiennent leur fidélité au Parti communiste. « *Les médias négocient leur obéissance politique en échange du soutien de l'État à leurs opérations monopolistiques* »¹, résume Zhao Yuezhi. La même chose peut-être dite pour les journalistes.

Par ailleurs, le choix du journal de s'adresser en priorité à un public urbain de décideurs à revenus élevés, au fort pouvoir d'achat et donc figurant parmi les gagnants des réformes économiques, le conduit à privilégier les informations qui confortent ces lecteurs dans leur statut social et dans leurs conceptions politiques. Les informations qui contredisent le bien-fondé des choix du Parti communiste ou qui font écho à des contestations économiques ou sociales de la part des perdants des réformes économiques s'en trouvent marginalisées car elles ne renvoient pas aux lecteurs l'image réconfortante d'une Chine en progrès. Une relation de dépendance réciproque s'est ainsi instaurée entre le journal et le lectorat : les « cols blancs » ciblés par le journal sont autant son public que lui-même est leur journal. Si l'ouverture de la Chine, ses réformes économiques, la commercialisation des médias sont souvent vues comme des indicateurs d'une réduction du contrôle du Parti communiste sur la société et les journalistes, les limites de la commercialisation du *Dongfang* soulignent que les évolutions de la presse chinoise peuvent aussi être interprétées comme des moyens de pérenniser le pouvoir actuel en modernisant son mode de communication.

¹ Zhao Yuezhi, *Communication in China*, op. cit. p. 82.

Dans ce cadre limité, la concurrence entre journaux n'en est pas moins vive et le *Dongfang* doit trouver acheteur pour survivre. Or il n'atteint pas les objectifs de diffusion qui lui sont fixés à sa naissance et le groupe de presse Nanfang, élément moteur de la création du journal, est rapidement obligé de se retirer de Shanghai. Lorsque le marché de la publicité ralentit, en 2005, le groupe de presse Wenxin, lui-même propriété du Parti communiste de Shanghai, ne le pousse pas à chercher son salut dans une amélioration du contenu des informations publiées mais le pousse à reformuler son offre éditoriale dans un sens plus commercial. Comme le démontre les statistiques sur l'évolution du poids des rubriques, des figures de l'actualité et des mots-clés, le journal oriente alors son traitement de l'actualité vers des thèmes plus chinois et shanghaien, il devient plus populaire et privilégie davantage les sujets spectaculaires tout en restant silencieux sur les sujets politiques et sociaux sensibles. Ce changement débouche sur la nouvelle maquette du journal adoptée en octobre 2006, seulement trois années après sa création. Par ailleurs, les difficultés économiques du quotidien provoquent une réduction des effectifs et une baisse de la rémunération des employés. Celle-ci encourage la vénalité des photojournalistes et les incite à trouver en-dehors du journal des sources de revenus complémentaires au détriment de leur engagement professionnel.

Le barreau de la censure

L'omniprésence de la censure représente le deuxième obstacle dressé face à la liberté de la presse. Le Département de la propagande exerce une pression quotidienne sur la sélection des sujets d'actualité et sur la façon de les traiter, veillant à ce que l'action du pouvoir soit toujours saluée et que les critiques soient passées sous silence.

La censure empêche le *Dongfang* de développer une politique éditoriale fondée sur des reportages d'investigation qui lui aurait peut-être permis d'attirer un lectorat friand de nouvelles originales. La métropole confirme ainsi le caractère

docile de ses médias qui s'explique en partie par la structure particulière de son organisation administrative. Sa presse ne peut rivaliser en qualité avec celles de Canton et de Pékin car la chaîne de commandement des autorités y est plus courte que dans les deux autres villes. Métropole ouverte sur les échanges avec le reste du monde, Shanghai montre ainsi qu'elle est aussi une ville dont la population est administrée plus étroitement.

De plus, les techniques de propagande évoluent et se modernisent sous l'impulsion de l'échelon national. Le président chinois Hu Jintao a initié une nouvelle politique demandant aux médias officiels d'être à l'initiative pour la couverture d'événements brûlants. Son constat est double. D'une part, internet et la diffusion auprès de la population des outils numériques d'enregistrement et de transmission des textes, images et sons, rendent désormais presque impossible de cacher un accident ou bien une manifestation. De plus, le public urbain chinois est devenu sceptique à l'égard de la propagande du Parti communiste et de l'État et peut accéder grâce à internet et aux échanges avec l'étranger à une pluralité de sources d'informations. Le tout dans un contexte où les inégalités économiques et sociales augmentent dans le sillage des choix politiques effectués par le Parti communiste et provoquent une augmentation de l'instabilité sociale. Par conséquent, estime Hu Jintao, il vaut mieux que les autorités, via l'agence Chine nouvelle, diffusent rapidement une information crédible et occupent le terrain médiatique. Le président chinois a tiré les leçons notamment des batailles médiatiques des émeutes tibétaines en mars 2008 et du tremblement de terre du Sichuan en mai de la même année.

Cette nouvelle façon de façonner l'opinion publique est surnommée « *Contrôle 2.0* » par David Bandurski du China Media Project de Hong Kong. Pas plus qu'avant, la nouvelle politique de communication du pouvoir vise à permettre aux publics de connaître la vérité et aux journalistes d'enquêter librement. L'objectif est toujours de soigner la propagande et de « *guider l'opinion publique* » dans le sens souhaité par le Parti communiste, mais la

communisation officielle doit tenir compte de l'évolution des conditions de production, de diffusion et de réception de l'information par le public chinois. Contrôle 2.0 correspond à une modernisation du mode de communication du pouvoir chinois, il ne le remet pas en cause. Le tremblement de terre du Sichuan peut-être analysé comme la première mise en œuvre à grande échelle de cette stratégie à l'occasion d'un événement dramatique. Dorénavant, son objectif est de diffuser rapidement une information sélectionnée mais crédible, sûre d'être reprise aussi par les médias étrangers et qui réduit d'autant les chances des journalistes de mettre à jour des aspects négatifs de la politique du gouvernement.

L'adoption par le pouvoir chinois de cette stratégie correspond à une deuxième étape dans une politique de communication commercialo-propagandiste initiée depuis les années quatre-vingt-dix. Durant la première période, la censure veillait surtout à empêcher les journalistes de rendre compte des aspects « négatifs » de l'actualité ; la deuxième période serait marquée par une attitude volontariste de communication afin que le public accepte la version que les autorités donnent des événements « négatifs ». Au lieu de cacher l'événement et risquer que le public en apprenne l'existence par des voies indépendantes qui nuisent à sa crédibilité, le pouvoir choisit à présent de communiquer pour couper l'herbe sous le pied des journalistes. Ce processus n'est pas linéaire, il est marqué par des hésitations du Département de la propagande et des interrogations des journalistes, mais avec le recul la tendance paraît nette et devrait se confirmer durant les prochaines années.

Le barreau professionnel

Les adaptations de la politique de communication du pouvoir chinois ouvrent aussi de nouvelles perspectives aux journalistes. Elles leur donnent la possibilité de couvrir des événements jusqu'alors hors de leur portée et contribuent au sentiment qu'il vaut mieux composer avec un régime qui sait évoluer, semble-t-

il de façon positive, que de l'affronter. Car, paradoxalement, le troisième obstacle vers la liberté de la presse se trouve parmi ceux qui devraient être ses défenseurs les plus acharnés : les journalistes.

Photographes et éditeurs photos du *Dongfang* ont en effet une conception hybride de leur métier. Comme Janus, ils présentent deux visages tournés en des directions opposées : un visage professionnel et un autre clientéliste. D'un côté, ils se réclament spontanément des critères du professionnalisme occidental (ou bien de l'idée qu'ils s'en font car leur connaissance de la réalité du travail des confrères occidentaux reste partielle) qui encouragent à donner la priorité au compte-rendu objectif et exhaustif de l'actualité en dehors d'interférences du pouvoir ou de l'économie ; de l'autre côté, ils acceptent des entorses à ces règles professionnelles au vu du rapport de force avec la censure mais aussi par conviction que la stabilité sociale et le progrès économique ne peuvent être garantis que par la permanence du monopole du Parti communiste sur le pouvoir.

La prédominance du paradigme occidental du journalisme constaté par Pan Zhondang et Chan Joseph Man est ainsi illusoire s'il s'entend comme une volonté des journalistes chinois de s'en inspirer pour devenir un contre-pouvoir. Il n'en a pas moins des effets concrets. Quelles que soient les limites et les critiques que l'on peut adresser à cet « idéal type » du journalisme occidental, le fait est qu'il étend son influence aussi bien aux types de sujets abordés dans le *Dongfang* qu'à la forme de sa maquette. Sa prédominance dans l'esprit des journalistes est une conséquence de l'ouverture de la Chine sur le monde occidental, de même que sa marginalité dans la pratique est la résultante de la façon dont la Chine gère son intégration au monde.

Il explique le recours des photographes et éditeurs photos à des techniques de contournement de la censure dans le but d'étendre leur autonomie pour le traitement de l'actualité. « Repousser les limites », « jouer avec les lignes blanches », acheter des photos d'agence de presse étrangères sont quelques unes

des techniques employées par les acteurs du *Dongfang*. Le contournement des ordres du Département de la propagande est jugé par les photographes et éditeurs photos à la fois comme nécessaire pour mieux informer le public, en partie possible et comme la seule façon possible de gagner en autonomie. Le rejet frontal de la censure leur paraît irréaliste tant le Département de la propagande dispose de moyens pour réprimer les récalcitrants par les ordres, les critiques, les sanctions, le renvoi pur et simple, voire l'emprisonnement. De toute façon, les journalistes n'ont pas le droit de contester frontalement les ordres du Département de la propagande et ils ne peuvent pas s'appuyer sur des organisations professionnelles, des syndicats, une justice indépendantes. La « *discipline de propagande* » s'impose et l'emporte sur le droit du public chinois à l'information.

Cependant, comme le laissent entendre les intitulés même des techniques de contournement employées par les journalistes du *Dongfang*, leur objectif n'est pas de rejeter en bloc toute censure. Il s'agit de renforcer l'autonomie professionnelle des journalistes tout en restant dans des limites tolérables par le Département de la propagande. Ce n'est pas un jeu à la vie à la mort comme entre le chat et la souris. Ces techniques servent la recherche d'un compromis plus favorable aux journalistes, mais pas à contester le principe même de « limites » ou de « lignes blanches » au droit à l'information. L'observation participante et l'analyse des entretiens montrent ainsi que les revendications de professionnalisme des photographes et éditeurs photos s'avèrent en pratique inaboutie. D'autant plus après le retrait du groupe de presse Nanfang de Canton d'un journal qu'il a contribué à créer. De plus, la vénalité dont les journalistes font preuve dans l'acceptation des « enveloppes rouges » les prive de l'indépendance financière et d'esprit nécessaires vis-à-vis des sources d'information et constitue une sévère entorse à la déontologie professionnelle. Aux techniques de contournement auxquelles recourent les journalistes s'ajoute le puissant facteur d'intégration que constitue la possibilité laissée aux

photojournalistes de travailler librement pour leur propre compte à la production d'images qui ne peuvent trouver place dans les pages du journal.

La pratique des journalistes du *Dongfang* montre ainsi qu'ils ne sont pas des adversaires du régime mais qu'ils agissent plutôt dans son sillage. S'ils tentent souvent d'étendre le domaine de leur champ professionnel, s'ils s'opposent parfois avec courage aux ordres du Département de la propagande, ils sont aussi satisfaits de travailler pour un journal qui dispose de l'appui du puissant Parti communiste de Shanghai. Les avantages économiques, sociaux, culturels que procure le fait de travailler pour le journal constituent les éléments d'un clientélisme. Ils encouragent la fidélité des journalistes au Parti communiste quand la contestation frontale n'entraînerait que des ennuis personnels et professionnels. Les atours du clientélisme sont d'autant plus attrayants qu'ils n'ont pas la violence des ordres du Département de la propagande. Comme le montrent les propos tranchés de quelques anciens du *Dongfang*, seul leur départ du journal leur permet de trouver une plus grande liberté d'expression.

2) La négociation de compromis

Pour avérés qu'ils soient, les obstacles à une démocratisation de la presse ne doivent cependant pas faire oublier que les journalistes du *Dongfang* évoluent dans un environnement conflictuel et plein de contradictions dont ils tentent de tirer partie pour étendre leur autonomie. À la différence de la presse officielle, ils ne sont pas seulement les porte-paroles du pouvoir mais aussi les servants du public. Si les journalistes du *Dongfang* et les censeurs ne cherchent pas l'affrontement, ils n'en passent pas moins une grande partie de leur temps à négocier leurs pouvoirs respectifs et à chercher des compromis.

La double fonction du *Dongfang*, à la fois organe de propagande pour le pouvoir et média d'information pour le public, réalise un grand écart mais ne s'effondre pas sous la force de ses contradictions internes. Ce compromis instable tient grâce à l'existence de « *négociations* » au sens qu'en donne Chen Huangju. Par

négociations, il ne faut pas entendre des discussions formelles entre représentants de forces sociales ou professionnelles. Le terme renvoie à des débats au sein de la rédaction, entre la rédaction et le Département de la propagande, entre la rédaction et les lecteurs, sur la façon de traiter une actualité. Pour Chen Huangju, grâce à la commercialisation, la scène médiatique chinoise est devenue un terrain pluraliste dans lequel l'État, les médias, le marché, la société disposent chacun d'un pouvoir de négociation, même si celui du Parti communiste dépasse toujours largement celui des autres. « *On peut soutenir que la régulation des médias en Chine semble finalement ne plus être un jeu à un seul joueur comme cela a été le cas par le passé. En d'autres termes, le "contrôle" est à présent plus souvent obligé de passer par la "négociation"* », affirme-t-il². Dans cette négociation, chaque partie essaie d'améliorer ses positions, mais toujours dans la recherche d'un compromis acceptable par tous. Comme pour le partage d'un gâteau : chaque convive peut espérer une part croissante aussi longtemps que sa taille augmente.

Un tel schéma de négociations opère bien au sein du *Dongfang*. Le Parti communiste de Shanghai, les journalistes, le marché, les lecteurs sont dans une relation où chacun doit prêter attention aux motifs et aux pouvoirs de l'autre partie. Chaque jour, les journalistes négocient la marge d'autonomie dont ils peuvent bénéficier pour rendre compte de l'actualité de façon professionnelle tandis que la tutelle du journal tente de limiter les initiatives journalistiques de la rédaction. En partie par crainte de la sanction, en partie par conviction, les journalistes ne vont pas jusqu'à remettre en cause le rôle dirigeant du Parti communiste. De leur côté, par réalisme et volonté de s'adapter à l'évolution des besoins des lecteurs, les censeurs lâchent la bride aux journalistes sur les sujets non ou peu politiquement sensibles afin que le journal puisse attirer des lecteurs. Quant à ces derniers, l'acte d'achat constitue leur arme absolue. Si le journal ne

² Huang Chengjiu, « From Control to Negotiation : Chinese Media in the 2000s », *International Communication Gazette*, page 405, 2007.

leur procure pas les informations qu'ils attendent, ils cessent de l'acheter. Dans ce cas, le Parti communiste de Shanghai et les journalistes échouent tous les deux dans leurs objectifs de communication. En revanche, le journal ne peut satisfaire le souhait exprimé par des lecteurs pour une plus grande pluralité des points de vue politique car cela reviendrait à relativiser la parole du Parti communiste.

L'actualité fournit la dynamique de ce processus de négociation. Elle fournit la matière première sur la base de laquelle le *Dongfang* traite différemment les sujets en fonction des enjeux qu'ils représentent et des priorités que se fixent les parties prenantes à la négociation. Dans le cas des émeutes tibétaines de mars 2008, le pouvoir de négociation des journalistes du *Dongfang* est nul car le Département de la propagande n'autorise aucun écart face à ce sujet très politique et oblige le journal à ne reproduire que les nouvelles officielles de Xinhua. De leur côté, les journalistes du *Dongfang* acceptent d'autant plus aisément cette tutelle qu'ils n'ont pas de sympathie pour les manifestants tibétains. Dans le cas du tremblement de terre du Sichuan, les journalistes usent de façon spontanée de leur pouvoir de négociation car ils estiment, de prime abord, être confrontés à une actualité sans enjeu politique. Face à cette spontanéité journalistique, le Département de la propagande est obligé de lâcher plus de lest qu'il ne le souhaiterait, mais il s'assure que les journalistes n'exposent pas les responsabilités du pouvoir dans l'ampleur du drame humain. Ce dernier exemple illustre l'état de la profession des journalistes du *Dongfang* dans ce qu'il peut représenter aujourd'hui de plus intéressant mais aussi de plus frustrant. Ils peuvent informer le public avec abondance, rapidité, exactitude et émotion de la date, du lieu et des acteurs d'un événement. Mais l'aspect le plus valorisant et socialement le plus utile du travail de journaliste, c'est-à-dire poser les questions sur le quoi et le pourquoi des événements quand ils impliquent des responsabilités parmi les principaux détenteurs de pouvoir, reste en dehors de leur périmètre d'action.

3) Un marché de dupes ?

Dans ce sens, et puisque le *Dongfang* est commercialisé, doit-on conclure qu'il s'agit en réalité d'un marché de dupes sur lequel les journalistes ne font que mimer la production d'information sur un mode professionnel alors qu'en réalité l'essentiel du sens de l'actualité leur échappe aujourd'hui aussi sûrement qu'il y a trente ans ? Il ne fait pas de doute que le pouvoir chinois reste le principal bénéficiaire des réformes de la presse, en l'occurrence de la façon dont le *Dongfang* met en scène l'actualité. C'est lui qui en fixe le cadre, les objectifs et les règles en vue de son bénéfice, même si l'ouverture du pays sur le monde, l'évolution de la société et des techniques l'oblige à faire évoluer ses méthodes de contrôle de l'information. Et il en restera ainsi tant que la presse restera sous sa dépendance administrative et économique et tant que les journalistes ne pourront s'organiser de façon indépendante.

Mais cette remarque préalable ne résume pas toute la réponse. Celle-ci dépend grandement de la perspective dans laquelle se situe l'observateur. S'il est un étranger habitué à bénéficier de la liberté de parole, et peut-être encore plus s'il est un journaliste étranger, les changements intervenus dans la presse chinoise et les techniques de contournement des photojournalistes et éditeurs photos du *Dongfang* peuvent paraître superficiels tant que le journal ne publie pas d'informations remettant en cause le monopole du Parti communiste chinois sur le pouvoir et des critiques de l'action de l'État chinois. La commercialisation des médias chinois peut sembler n'être qu'un nouvel habillage de la propagande, une sorte de reformulation dans une forme plus séduisante, mais tout aussi monopolistique concernant l'actualité politique. Une façon voisine de voir les choses consisterait à juger que la commercialisation des média chinois est une étape de leur transition vers une nécessaire normalité démocratique occidentale. En tout état de cause, tant que le *Dongfang* n'émet pas d'évaluation négative sur les autorités, il est condamné à rester leur porte-parole et ses journalistes de

fidèles serviteurs du Parti communiste, quelle que soit par ailleurs la diversité et la qualité des informations qu'il publie sur d'autres thèmes moins politiquement sensibles. Avec un brin de condescendance, cet observateur étranger pourrait juger au sujet du *Dongfang* qu'il marque un progrès dans l'information, mais qu'il est encore loin de la liberté de la presse.

En revanche, si l'observateur est Chinois, et peut-être plus encore s'il est un journaliste âgé d'une cinquantaine d'années, les mêmes changements intervenus dans la presse chinoise et la pratique contemporaine du métier de journalistes par les photographes et éditeurs photos du *Dongfang* peuvent sembler révolutionnaires. Les changements survenus peuvent paraître d'autant plus bénéfiques et frappant au souvenir de ce que fut la presse chinoise il y a à peine vingt ans. Il lui semblerait évident que l'insertion de la Chine dans la mondialisation et les progrès techniques entraînent une porosité informative de plus en plus grande du pays. La pratique contemporaine des photographes et des éditeurs photos du *Dongfang* peut ainsi être vue comme un état moyen de la situation de l'information d'actualité en Chine. Moyen, car elle n'atteint pas les qualités informatives déployées par la presse de Canton, bien qu'elle se situe dans le haut du panier chinois.

En fait, sur le marché de la presse chinoise, il y a sans doute moins de dupes que de lucides. Chacun des acteurs sait ce que veut l'autre. Le Département de la propagande fait évoluer la presse pour continuer à la dominer et toujours « *guider l'opinion publique* » dans un sens qui lui est favorable. De leur côté, les journalistes exploitent les contradictions et les failles de la censure pour augmenter leur autonomie. Dans une Chine mondialisée, le Parti communiste a besoin de journalistes « modernes » pour renouveler les formes de sa communication et ces derniers ne croient pas pouvoir se passer de la tutelle du premier.

Les consommateurs d'information non plus ne sont pas dupes de la situation. Comme l'indique l'enquête qualitative, ils savent bien que le *Dongfang* reste le

porte-parole du pouvoir. Parmi eux, certains voudraient profiter d'une pluralité d'opinions, que le cordon ombilical entre le *Dongfang*, les médias chinois en général, et le Parti communiste soit coupé. Mais ils sont une minorité. La plupart des consommateurs d'information de Shanghai s'accommodent de cette situation. Leur « patience » s'explique sans doute moins par une hypothétique culture chinoise favorable à l'harmonie et au consensus que par une connivence pratique et d'intérêts avec les autorités. Dans une étude sur les mouvements de protestation des classes moyennes, la sociologue Chen Yingfang constate que *« les questions que soulèvent ces mouvements sont en général limitées à des intérêts matériels propres à chaque groupe, peu d'entre eux concernent des questions générales (...) et rares sont ceux qui ont pour objectif des réformes structurelles ou la « construction de la société »*³. Elle en voit la raison dans la proximité entre les membres de la classe moyenne et les autorités auxquelles ils sont liés par toute sorte de relations (emplois, éducation, propriétés, etc.) et souligne en Chine le maintien de *« la dépendance des citoyens par rapport au pouvoir des gouvernements »*. Cette situation remet en cause les espoirs de démocratisation chinoise généralement placés dans la classe moyenne : *« Depuis les années 1980, du fait de sa position particulière dans le phénomène urbain, la couche moyenne a suscité de solides espoirs puis une déception tout aussi grande. À l'origine, on considérait sa croissance et son renforcement comme la condition sine qua non de la modernisation sociale et de la démocratisation politique des pays en voie de développement. Mais ces dernières années, des doutes surgissent concernant le rôle de la classe moyenne, et les chercheurs commencent à mettre en question ses attributs et son rôle supposés, notamment en raison de son conservatisme politique et des liens de dépendance qu'elle entretient avec le pouvoir et les fonctionnaires »*.

³ Chen Yingfang « Les mouvements de protestation des classes moyennes » / *La société chinoise vue par ses sociologues* / ed. Rocca Jean-Louis, Paris, SciencesPo, 2008, p. 189.

Eux-mêmes membres à part entière de cette classe moyenne dépendante du pouvoir, les journalistes du *Dongfang* sont dans une situation similaire à celle des acteurs des mouvements de protestation. Pour leur part, ils tentent chaque jour de gagner du terrain face aux empiètements d'une censure envahissante et de faire respecter le droit du public à l'information, mais ils restent tout de même sous le contrôle du Parti communiste. Et finalement, en raison du caractère public de leur profession, ils sont plus encore que les autres membres de la classe moyenne placés au centre des contradictions de la société chinoise. En tout cas, il faut relever que jamais, au fil de cette étude de quatre ans et demi lors de laquelle près d'une centaine d'interlocuteurs ont été entendus, aucun d'entre eux n'a revendiqué la liberté de la presse en Chine, aussi bien du côté des journalistes du *Dongfang* que des lecteurs. Un silence bien trop frappant pour n'être que le fruit d'un hasard.

4) La Chine, miroir pour la presse française ?

Etudier la presse chinoise, observer ses acteurs et discuter avec ses journalistes peut sembler satisfaire une forme d'exotisme. Analyser la production et la diffusion de photographies d'actualité par le *Dongfang* peut sembler n'avoir aucun lien avec la France tant l'environnement professionnel et les régimes politiques sont différents de ceux de la Chine. Ce serait négliger l'intérêt d'une réflexion en miroir de la situation de la presse française depuis le constat du fonctionnement d'un journal de Shanghai.

Certes, il n'existe pas d'équivalent du Département de la propagande en France, ni d'obligation d'obtenir du pouvoir une autorisation avant de publier un journal. Cependant, du point de vue économique, les deux presses ont pour point commun d'évoluer sur des marchés et de dépendre des recettes publicitaires. Les deux presses ont de quoi s'interroger sur les effets de la commercialisation sur la production de l'information. La façon dont le *Dongfang* restreint son public à un panel de « gagnants » au fort pouvoir d'achat et les effets provoqués par sa

dépendance envers les recettes publicitaires sur le travail des journalistes n'auraient-elles aucun écho en France ? Alors que la presse française ne cesse de se débattre dans des difficultés financières, le *Dongfang* nous rappelle que la commercialisation de la presse seule ne peut suffire à garantir la liberté d'informer, la qualité de l'information, la prise en compte des intérêts de toutes les couches de la société, condition sans laquelle le jeu démocratique ne peut se déployer.

Par ailleurs, tout acteur de la production d'information d'actualité en France ne peut être que touché par le courage des journalistes chinois qui tentent de faire honnêtement leur métier. Les photojournalistes et éditeurs photos du *Dongfang* sont en permanence sous la menace de l'épée de Damoclès que le pouvoir laisse planer au-dessus de leurs têtes. S'exprimer à l'auteur de cette étude comme ils l'ont parfois fait est en soi-même source de dangers et d'estime. Depuis leur environnement sous contrainte politique, ils nous rappellent combien le journaliste est précieux pour la vie de la *polis* et ont de quoi rappeler les confrères français au souvenir des obligations que confère l'exercice de ce métier envers le public. Enfin, ils renforcent l'envie de l'enseignant du Centre universitaire d'enseignement du journalisme (CUEJ) de Strasbourg de transmettre cette conscience des obligations professionnelles aux étudiants.

BIBLIOGRAPHIE

Chine et Shanghai

- BALME Stéphanie. *Entre soi. L'élite du pouvoir dans la Chine contemporaine*. Paris : Fayard, 2004
- BARMÉ Geremie. *In the red : on contemporary chinese culture*. New York : Columbia University Press, 1999
- BECKER Jasper. *Hungry Ghosts: Mao's Secret Famine*. New York : Free Press, 1996
- BERGÈRE Marie-Claire. *Le mandarin et le comprador*. Paris : Hachette, 1998
- BERGÈRE Marie-Claire. *Histoire de Shanghai*. Paris : Fayard, 2002
- CABESTAN Jean-Pierre. Les multiples facettes du nationalisme chinois. *Perspectives chinoises*, n°88, mars-avril 2005
- CHEN Yan. *L'éveil de la Chine*. Paris : L'Aube, 2002
- CHEN Yingfang. Les mouvements de protestation des classes moyennes / *La société chinoise vue par ses sociologues* / ed. ROCCA Jean-Louis, Paris, SciencesPo, 2008, pp. 187-219
- CHENG Anne. *Histoire de la pensée chinoise*. Paris : Seuil, 1997
- CHEVRIER Yves. L'empire distendu : esquisse du politique en Chine des Qing à Deng Xiaoping. *La greffe de l'Etat* / ed. Jean-François BAYART. Paris : Karthala, 1996, pp. 262-395
- CHEVRIER Yves. Une histoire de la Chine au XXe siècle. *La Chine aujourd'hui* / ed. Yves MICHAUD, Paris : Odile Jacob, 2003, p. 9-45
- CHINA STATISTICAL YEARBOOK 2007 - 中国统计年鉴2007. Beijing : China Statistics Press, 2007
- CONGRESSIONAL-EXECUTIVE COMMISSION ON CHINA. Annual report 2007. Disponible sur : http://frwebgate.access.gpo.gov/cgi-bin/getdoc.cgi?dbname=110_house_hearings&docid=f:38026.pdf
- CONSTITUTION OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA. Beijing, China Legal Publishing House, 2004
- DOMENACH Jean-Luc. *La Chine m'inquiète*. Paris : Perrin, 2008
- GED Françoise. *Shanghai*. Paris : IFA, 2000
- GIPOULOUX François. *La Chine du 21e siècle. Une nouvelle superpuissance ?* Paris : Armand Colin, 2006
- GOODMAN Davis, ZANG Xiaowei (eds). *The new rich in China*. London, Routledge, 2008
- GUPTA Dipankar. *Mistaken Modernity : India between two worlds*. New Delhi : Harper Collins, 2000

HOLZMAN Marie, CHEN Yan. *Ecrits édifiants et curieux sur la Chine du XXIe siècle*. Paris : L'Aube, 2003

LEW Roland. *L'intellectuel, l'Etat et la révolution*. Paris : L'Harmattan, 1997

LINK Perry. L'anaconda dans le chandelier. *Ecrits édifiants et curieux sur la Chine du XXIe siècle* / ed. HOLZMAN Marie, CHEN Yan. Paris : L'Aube, 2003

MASSONNET Philippe. *Pour en finir avec le miracle chinois*. Paris : Philippe Picquier, 2008

MICHAUD Yves (ed.). *La Chine aujourd'hui*. Paris : Odile Jacob, 2003

MISSION ECONOMIQUE FRANÇAISE DE SHANGHAI. *La classe moyenne chinoise : évaluation et perspectives*. Shanghai, mars 2005

MISSION ECONOMIQUE FRANÇAISE DE SHANGHAI. *L'importance économique de Shanghai et sa région*. Shanghai, août 2005

PUGSLEY Peter. Constructing the hero: nationalistic news narratives in contemporary China. *Westminster papers in communication and culture*, Vol. 3, 2006, pp. 78-93.

ROCCA Jean-Louis. *La condition chinoise. La mise au travail capitaliste à l'âge des réformes (1978-2004)*. Paris : Karthala, 2006

ROCCA Jean-Louis (dir). *La société chinoise vue par ses sociologues*. Paris, SciencesPo, 2008.

ROUX Alain. *La Chine au XXe siècle*. Paris : Armand Colin, 2006

RYCKMANS Pierre. *Les entretiens de Confucius*. Paris : Gallimard, 1987

SHANGHAI STATISTICAL YEARBOOK 2007 - 上海统计年鉴2007. Beijing : China Statistics Press, 2007

VARMA Pavan K.. *Le défi indien. Pourquoi le XXIe siècle sera le siècle de l'Inde*. Paris : Actes Sud, 2007

VERMANDER Benoît. *Chine brune ou Chine verte ? Les dilemmes de l'Etat-parti*. Paris : Sciences Po, 2007

YANGTZE RIVER DELTA & PEARL RIVER DELTA AND HONG KONG & MACAO SAR STATISTICAL YEARBOOK 2007 - 长江和珠江三角洲及港澳特别行政区2007. Beijing : China Statistics Press, 2007

ZHOU Xiaohong : *Zhongguo zhongchan jieceng diaocha (Enquête sur la classe moyenne chinoise)*, Beijing, Shehui kexue wenxian chubanshe, 2005

ZHOU Xiaohong : *La classe moyenne chinoise. Réalité ou illusion ? La société chinoise vue par ses sociologues* / ed. par ROCCA Jean-Louis, Paris, SciencesPo, 2008, pp. 141-159

Médias chinois

- BAI Ruoyun. Media commercialization, entertainment, and the party-state: the political economy of contemporary chinese television entertainment culture. *Global Media Journal*, Volume 4, Issue 6, spring 2005. Disponible sur : http://lass.calumet.purdue.edu/cca/gmj/OldSiteBackup/SubmittedDocuments/spring2005/pdf_files/BaiSp05.pdf
- BATTO Patricia, CHEN Annette. Les Chinois lisent plus de journaux et moins de livres. *La lettre électronique du CEFEC*, n°12, décembre 2004
- BRADY Anne-Marie. Guiding hand : the role of the CCP Central propaganda department in the current era. *Westminster Papers in Communication and Culture*, Volume 3, Number 1, March 2006, pp. 58-77.
- CAO Qing. Journalism as Politics: reporting Hong Kong's handover in the Chinese Press. *Journalism Studies*, Volume 1 Number 4 November 2000
- CHAI Jijun, 柴继军。Tupian baodao, 图片报道 (Photojournalisme). Tianjin : Maison d'édition de Tianjin, 2006
- CHAN Joseph Man. Commercialisation without Independence: Trends and Tension of Media Development in China. *China Review 1993* / ed. by CHENG J.Y.S. and BROSSEAU M. pp. 25.1-25.21, Hong Kong : Chinese University Press, 1993
- COLOMB Dominique. *L'essor de la communication en Chine. Publicité et télévision au service de l'économie socialiste de marché*. Paris : L'Harmattan, 1997
- COLOMB Dominique. *Médias et communication en Chine. Au-delà des paradoxes*. Paris : L'Harmattan, 2008
- DE BURGH Hugo. Chinese Journalism and the Academy: the politics and pedagogy of the media. *Journalism Studies*, Volume 1 Number 4 November 2000, pp. 549-558
- DE BURGH Hugo. *The Chinese Journalist. Mediating information in the world's most populous country*. London : RoutledgeCurzon, 2003
- DE BURGH Hugo. *China friend or foe?* London : Iconbooks, 2006
- ESAREY Ashley. Cornering the market: State strategies for controlling China's commercial media. *Asian Perspective*, Vol. 29, No.4, 2005, pp. 37-83
- ESAREY Ashley. Speak no Evil: Mass media control in contemporary China *Freedom At Issue*, February 2006
- GU Xiaojin, 辜晓进。 *Zoujin Meiguo Dabao, 走进美国大报* (Les grands journaux des Etats-Unis). Canton, Nanfang Ribao Chubanshe, 2002
- HASKI Pierre. *L'internet en Chine*. Paris : Seuil, 2008
- HE Qinglian. *Media Control in China*. Human Rights in China (HRIC), 2004
- HE Qinglian, 何清涟。 *Wusuo Zhongguo. Zhongguo dalu kongzhi meiti celüe da jiemi, 雾锁中国。中国大陆控制媒体策略大揭密* (La Chine enfermées dans le brouillard : révélations sur les politiques de contrôle des médias en Chine

continentale). Taipeh : Liming, 2006.

HE Qinglian. *The fog of censorship. Human rights in China, 2008*. Disponible sur :

http://www.hrichina.org/public/contents/article?revision_id=69609&item_id=68222

HE Zhou. Working with a Dying Ideology: dissonance and its reduction in Chinese journalism. *Journalism Studies*, November 2000, vol.1 n°4, pp. 599-615

HONG Bing, 洪兵. Zhuanxing shehui zhongde xinwen shengchan – Nanfang

Zhoumo gean yanjiu, 转型社会中的新闻生产-南方周末个案研究 (La production d'information dans une société en transition. Etude du cas du *Nanfang Zhoumo*). Shanghai : à paraître.

HU Zhengrong. The Post-WTO Restructuring of the Chinese Media industries and the Consequences of Capitalisation. *The Public*, 2003, vol. 10, pp. 19-36

HUANG Chengjiu. The Development of a Semi-Independent Press in Post-Mao, China: an overview and a case study of Chengdu Business News. *Journalism Studies*, November 2000, vol.1, n°4,

HUANG Chengju. From control to negotiation: Chinese Media in the 2000s, *International Communication Gazette*, 2007, vol.69, n°5, pp. 402-412

HUANG Chengju. China's State-Run Tabloids : The Rise of « City Newspapers », *International Communication Gazette* 2001, vol.63, n°5, pp. 435-450

HUANG Chengju, DAVIES Chris Lawe, KNIGHT Alan. Beyond Party propaganda : a case study of China's rising commercialised press, *ejournalist.com*, 2002.

HUMAN RIGHTS IN CHINA (HRIC). *State secrets: China's legal labyrinth*. 2007. Disponible sur :

http://www.hrichina.org/public/contents/article?revision_id=41506&item_id=41421

JIAO Guobiao. *Declaration of the campaign against the Central Propaganda Department, 2004*. Disponible sur :

<http://www.asiamedia.ucla.edu/article.asp?parentid=17004>

LAM Willy. Hu's Campaign for Ideological Purity Against the West *China Brief* 5, 2005, n° 2, 2005

LAN Hui, 兰卉, Dongfang Zaobao zenmele ?, 东方早报怎么了? (Que se passe-t-il au Dongfang Zaobao ?), juin 2004

LAN Hui, 兰卉, Baozhi xinwen sheying Do, 报纸新闻摄影专版研究—以《南方周末》新闻摄影专版为例 (Étude sur les pages photographie des journaux d'actualité – l'exemple des pages photographie du "Nanfang Zhoumo"), mémoire de deuxième cycle à l'université normale de Shanghai, 2009.

LEE Chin Chuan. *Money, Power and Media: Communication Patterns and Bureaucratic Control in Cultural China*, Northwestern University Press, 2000.

LEE Chin Chuan. The Conception of Chinese Journalists: Ideological Convergence and Contestation. *Working Papers in English & Communication*, 2004, vol.16, n°1, Hong Kong

LEE Chin Chuan, 李金銓. Chaoyue xifang baquan: chuanmei yu wenhua zhongguo de xiandaixing, Xianggang, Niu jin daxue chubanshe, 《超越西方霸權：傳媒與“文化中國”的現代性》香港：牛津大學出版社 (Derrière l'hégémonie occidentale : les médias et la modernité chinoise), Oxford, 2004.

LEE Chin Chuan, HE Zhou, ZHUANG Yu. "Big City, Small Place:" Clientelism and Media in Shanghai, Dresde, juin 2006. Disponible sur : http://www.allacademic.com/meta/p90188_index.html

LEE Chin Chuan. China's Journalism: the emancipatory potential of social theory. *Journalism Studies*, 2000, vol.1, n°4

LEE Hsiao-wen. The rise of tabloid press in China. Intervention au séminaire Modernisation, modernité et les médias en Chine du China Media Centre de Westminster University, juin 2006

LIU Xiaobo. La corruption dans les médias chinois toujours dans l'ombre *Perspectives chinoises*, n°83, mai-juin 2004

MAO Sheng. An Eradicated concept of « Public Intellectuals »: the powerful control of the CCP in chinese mass media reform. Intervention au séminaire Modernisation, modernité et les médias en Chine du China Media Centre de Westminster University, juin 2006

MAO Tse-Toung. *Interventions aux Causeries sur la littérature et l'art*. Pékin, 1965

MAO Zedong. A Talk to the Editorial Staff of the Shansi-Suiyuan Daily, 1948. Disponible sur : http://www.marxists.org/reference/archive/mao/selected-works/volume-4/mswv4_36.htm

MAO Zedong. Speech at the Lushan conference, July 23, 1959. http://www.marx.org/reference/archive/mao/selected-works/volume-8/mswv8_34.htm

PAN Zhangdong, CHAN Joseph Man. Shifting journalism paradigm. *Mass Communication Research*, 2004, p. 649-682. Disponible sur : <http://crx.sagepub.com/cgi/content/abstract/30/6/649>

REPORTERS SANS FRONTIÈRES. *Xinhua : la plus grande agence de propagande du monde*, 2005. Disponible sur : http://www.rsf.org/article.php?id_article=15169

XIN Xin. Editorial Media in China. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 2006, vol.3, n°1

YANG Chin-Yunn. The dawn of the open society? China at the crossroads and the role of chinese media. Intervention au séminaire Modernisation, modernité et les médias en Chine du China Media Centre de Westminster University, juin 2006

ZAN Aizong. An Appeal on the 17th National Congress to Pass a Press and Publication Law, 2007. Disponible sur : <http://chinadigitaltimes.net/2007/10/an->

appeal-to-the-17th-party-congress-to-pass-a-press-and-publication-law-zan-aizong/

ZEITLIN Arnold. Provincial Politics and the Death of Free Media in China .2004, *China Brief* 4, n°7

ZHANG Shixin. Making news in China - "Beijing Youth Daily" from 1981 to 2006. Intervention au séminaire Modernisation, modernité et les médias en Chine du China Media Centre de Westminster University, juin 2006

ZHANG Tao Karen. *The Birth of the Modern Chinese Press: The Influence of Protestant Missionary Publishing in Late Qing China*. Nottingham, 2006.

Disponible sur :

<http://www.nottingham.edu.cn/resources/documents/Tao%20talk%20in%20Nin%20gbo%20241106.pdf>

ZHANG Yong. From Masses to Audience: changing media ideologies and practices in reform China. *Journalism Studies*, 2000, vol.1, n°4

ZHANG Yonghua, WU Xinxun. Current media landscape in China in the age of globalization. Intervention au séminaire Modernisation, modernité et les médias en Chine du China Media Centre de Westminster University, juin 2006

ZHAO Yuezhi. *Media, Market, and Democracy in China: between the party line and the bottom line*. Urbana : University of Illinois Press, 1998

ZHAO Yuezhi. Watchdogs on Party Leashes? Contexts and implications of investigative journalism in post-Deng China. *Journalism Studies*, 2000, vol.1, n°4

ZHAO Yuezhi. *Communication in China. Political economy, power, and conflict*, Lanham, Rowman & Littlefield, 2008.

ZHENG Bin. *La réforme et le développement des médias chinois*. Strasbourg, Ena, février 2004. Disponible sur :

<http://www.ena.fr/index.php?page=ressources/rapports/memoires/2004/reforme>

Photojournalisme, presse

- ANCI AUX Jean-Pierre. *La mise en page*. Paris : Les éditions d'organisation, 1992
- ANDERSON Benedict. *L'imaginaire national. Réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*. Paris : La découverte, 2006
- APPADURAI Arjun. *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris : Payot, 2005
- GAN Xianfeng, 甘险峰. *Zhongguo xinwen sheying shi, 中国新闻摄影史* (Histoire de la photographie d'actualité en Chine), Beijing : Zhongguo Sheying, 2008
- ALMSAY Paul. *Le photojournalisme*. Paris : CFPJ, 1990
- BAO Kun, 鲍昆. (ed) *Sheying Zhongguo. Zhongguo sheying 50 nian, 摄影中国. 中国摄影50年, Photographing China – Highlight of 50 years of Chinese Photography*, Beijing : Zhongguo Sheying, 2006
- BECKER Howard. *Comment parler de la société. Artistes, écrivains, chercheurs et représentations sociales*. Paris : La Découverte, 2009
- BOURDIEU Pierre. *Sur la télévision*. Paris : Raison d'agir, 1996
- BOURDIEU Pierre. « Journalisme et éthique », Actes du colloque fondateur du centre de recherche de l'Ecole supérieure de journalisme (Lille), *Les cahiers du journalisme*, 1996, n°1. Disponible sur : <http://www.homme-moderne.org/societe/socio/bourdieu/Bjournal.html>
- CHARAUDEAU Patrick. *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Paris : De Boeck, 2005
- CHEN Xiaobo, 陈小波. *Xinwen sheyingde juexing, 新闻摄影的觉醒* (L'éveil à la photographie d'actualité). *Photographing China – Highlight of 50 years of Chinese Photography, 摄影中国. 中国摄影50年* / ed. par BAO Kun, Beijing : Zhongguo Sheying, 2006
- CHEN Xiaobo, 陈小波. *Baodao sheying, 报道摄影* (Photojournalisme en Chine). *Photographing China – Highlight of 50 years of Chinese Photography, 摄影中国. 中国摄影50年* / ed. par BAO Kun, Beijing : Zhongguo Sheying, 2006
- CHINOIS (Humanism in China). Paris : Philippe Picquier, 2004
- CLARK Dave. *China, photography and famine: a critical investigation into the development of chinese photographic culture and its representation of the period 1958-62*. 2004. Prêt personnel.
- COLO Olivia, ESTÈVE Wilfrid, JACOB Mat. *Photojournalisme, à la croisée des chemins*. Paris : Marval et CFD éditeur, 2005
- DEMERS François. *Crise de l'État-Nation et communication interne. Une ligne*

de fracture nommée démocratisation. *Hermès*, n°17-18, 1995, p. 267-285

DOUËL Jacques. *Le journal tel qu'il est lu*. Paris : CFPJ, 1981

FREUND Gisèle. *Photographie et société*. Paris : Seuil, 1974

GERVAIS Thierry, MOREL Gaëlle. *La photographie*. Paris : Larousse, 2008

GOMBEAUD Adrien. *L'homme de la place Tiananmen*. Paris, Seuil, 2009

GUÉRY Louis. *Le secrétariat de rédaction. De la copie à la maquette de mise en page*. Paris : CFPJ, 1995

GUÉRY Louis. *Précis de mise en page*. Paris : CFPJ, 1995

GROJNOWKI Daniel. L'image et le texte. *Presse actualité*, n°170, 1983

GUANGZHOU PHOTO BIENNAL. *Evolution*. Guangdong Museum of Art, China Photographic Publishing House, 2007

GU Zheng. From Country to City. Social Changes of China in Photography. dans *Documenting China. Contemporary Photography and Social Change*. Bates College Museum of Art, 2004

GU Zheng, 顾铮, *Zhenshide beihou meiyou zhenshi, 真实的背后没有真实* (Il n'y a pas de vérité derrière la vérité), Beijing : Maison d'édition des ouvriers, 2002

GUERRIN Michel. *Profession photoreporter. Vingt ans d'images d'actualité*. Paris : Gallimard, 1988

POIVERT Michel. *L'événement. Les images comme acteurs de l'histoire*. Paris : Hazan, 2007

LI Nan, 李楠. *21 shiji chuanmei sheying, 21世纪传媒摄影* (Le média photographique au XXIe siècle). *Photographing China – Highlight of 50 years of Chinese Photography, 摄影中国. 中国摄影50年* / ed. par BAO Kun, Beijing : Zhongguo Sheying, 2006

LI Zhengsheng. *Le petit livre rouge d'un photographe chinois*. Paris : Pahidon, 2003

LIU Heun Shing. *China. Portrait d'un pays*. Taschen, 2008

MARSHALL Thomas. *Class, Citizenship and Social Development*. Chicago : University of Chicago Press, 1963

MORVAN Yan. *Photojournalisme*. Paris : Victoires Editions, 2008

SHA Fei. *Photographic florilegium of Sha Fei, a famous photographer*. Guangzhou, 2005

SONG Xiaogang. *One Country, Two Perspectives: Photojournalism in Mainland China and Hong Kong*. Hong Kong, 2003

SONTAG Susan. *Devant la douleur des autres*. Paris : Christian Bourgois, 2003

SYNDICAT DE LA PRESSE QUOTIDIENNE RÉGIONALE. La tendance à la réduction du format des quotidiens. Quels impacts sur l'efficacité publicitaire ? Paris, 2006. Disponible sur : www.pqr.org/chiffres_etudes/...2005.../at_download

TARDE (de) Gabriel. *L'opinion et la foule*. Paris : PUF, 1989.

THIRIEZ Régine. *Library Collections and Early Photography in China*

International Association of Orientalist Librarians IAOL Bulletin, n°44, 2000.

Disponible sur :

http://72.14.221.104/search?q=cache:FXEBdSnrjwJ:wason.library.cornell.edu/iaol/Vol.44/thiriez_iaol44.pdf+régine+thiriez+china&hl=fr&gl=fr&ct=clnk&cd=7

WU Jialin. *Aux marches de la Chine*. Paris : Actes Sud, 2006

ZENG Huang, REN Yue, 曾璜, 任悦. *Tupian bianji shouce*, 图片编辑手册, The handbook of picture editing, Beijing, 2005

ZENG Huang. *Photojournalism in China: A Decade Change*. Disponible sur : <http://blog.voc.com.cn/sp1/zenghuang/16563642862.shtml>

ZENG Huang, 曾璜. *Shiji zhijiaode Zhongguo jishi sheying*, 世纪之交的中国纪实摄影 (La photo documentaire au tournant du siècle). *Photographing China – Highlight of 50 years of Chinese Photography*, 摄影中国。中国摄影50年 / ed. par BAO Kun, Beijing : Zhongguo Sheying, 2006

Techniques d'analyses

- ARBOIT Gérald. Rôles et fonctions des images de cadavres dans les médias *Annuaire français des relations internationales*, 2003, Vol.IV, pp. 828-848.
- BONNAFOUS Simone, TEMMAR Malika (eds). *Analyse du discours et sciences humaines et sociales*. Paris : Ophrys, 2007
- BARTHES Roland. *La chambre claire. Note sur la photographie*. Paris : Gallimard, 1980
- BARTHES Roland. Rhétorique des images, *Communication*, novembre 1964
- BENJAMIN Walter. Petite histoire de la photographie. *Etudes photographiques*, Paris, 1996
- COULOMB-GULLY Marlène. Propositions pour une méthode d'analyse du discours télévisuel. Disponible sur : <http://mots.revues.org/index9683.html#bodyftn10>
- HOLMBERG Nils. *Eye movement patterns and newspaper design factors. An experimental approach*. Lund, 2004. Disponible sur : www.sol.lu.se/humlab/eyetracking/Studentpapers/NilsHolmberg.pdf
- JOLY Martine. *Introduction à l'analyse de l'image*. Paris : Nathan, 1994
- JOLY Martine. *L'image et les signes*. Paris : Nathan, 1994
- LAMBERT Frédéric. *Mythographies. La photo de presse et ses légendes*. Paris : Edilig, 1986
- LAVOIE Vincent. *L'instant-monument. Du fait divers à l'humanitaire*. Montréal : Dazibao, 2002
- OGER Claire, OLLIVIER-YANIV Caroline. Analyse du discours et sociologie compréhensive. *Analyse du discours et sciences humaines et sociales*. ed. Bonnafous Simone, Temmar Malika, Paris : Ophrys, 2007
- MAINGUENEAU Dominique. *Initiation aux méthodes de l'analyse du discours*. Paris : Hachette, 1976
- MAINGUENEAU Dominique. *Analyser les textes de communication*. Paris : Dunod, 1998
- MONDZAIN Marie-José. *L'image peut-elle tuer ?* Paris : Bayard, 2002
- PENEFF Jean. *L'hôpital en urgence*. Paris : Métailié, 1992
- SCHAEFFER Jean-Marie. *L'image précaire. Du dispositif photographique*. Paris : Seuil, 1987
- SOULAGES Jean-Claude. *Les mises en scène visuelles de l'information. Etude comparée France, Espagne, Etats-Unis*. Paris : Armand Colin, 2005
- TISSERRON Serge. *Le mystère de la chambre claire. Photographie et inconscient*. Paris : Champsarts, 1996
- VERON Eliséo. De l'image sémiologique aux discursivités. Le temps d'une photo. *Hermès*, n°13-14, 1994, p. 45-64
- VERON Eliséo, FOUQUIER Eric. Les spectacles scientifiques télévisés

La Documentation française, 1985. Disponible sur : http://sciences-medias.ens-lsh.fr/scs/IMG/pdf/Veron_Fouquier_low.pdf

Articles

- BANDURSKI David. Compte-rendu de lecture du livre de He Qinglian, *Wusuo Zhongguo. Perspectives chinoises*, 2008/1, p. 122-123, Hong Kong
- BANDURSKI David. Garden of falsenhood. *Index on censorship*, vol.37, n°2, 2008, London
- BANDURSKI David .Jousting With China's Monsters. *Far Eastern Economic Review*, mars 2009. Disponible sur :
<http://www.feer.com/essays/2009/march/media-censorship-escalates-in-asia>
- BÉJA Jean-Philippe. Le retour de Lei Feng ? *Perspectives chinoises*, n°49, septembre-octobre 1998, Hong Kong
- BOYLE Alan. Moon photo mystery solved. Disponible sur :
<http://cosmiclog.msnbc.msn.com/archive/2007/12/04/495870.aspx>
- CHAN Joseph Man, LEE L.F. Francis. Les médias et la politique dix ans après la rétrocession de Hong Kong. *Perspectives chinoises*, 2007/2, Hong Kong
- CHANG He, AN Guangxi, 常河, 安光系. Dongfang Zaobao de shijue chuanbo shijian, 东方早报的视觉传播实践 (La pratique de la communication visuelle du Dongfang Zaobao). *Zhongguo Jizhe*, 中国记者, janvier 2005, pp. 82-83
- CHANG Ping. Where does the truth about Lhasa come from ? Disponible sur :
<http://zonaeuropa.com/200804061.htm>
- CHEN Qiang, ZHENG Guilin, 陈强, 郑贵兰. 1996-2005 : Zhongguo dushibao 10 nian yanjiu shizheng fenxi, 1996 - 2005: 中国都市报10年研究实证分析 (1996-2005 : Analyse positive de 10 années d'études des dushibao chinois). *Qingdao keji daxue xuebao*, 青岛科技大学学报, vol22, n°4, décembre 2006, pp. 81-86
- CHENG Jie, ZHANG Junde, 程洁, 张骏德, Cong quyue baodao dao quyue baozhi, 从区域报道到区域报纸 (De reportages régionaux au journal régional. *Zhongguo Jizhe*, 中国记者, 2003, n°10, pp. 10-11
- CHINA DAILY. South China tiger photos are « fake » . Disponible sur :
http://www.chinadaily.com.cn/china/2007-11/17/content_6261263.htm
- DE BURGH Hugo. China Syndrome. *New Humanist*, May-June 2005, vol.120, n°3
- DERON Francis. Une exposition à Pékin. Les “Preuves“ de la “Conspiration anticommuniste“, *Le Monde*, 8 août 1989
- ESCOBAR Pepe. The great wall of shopping. Disponible sur :
<http://www.atimes.com/atimes/China/GA14Ad04.html>
- FLETCHER Owen. China's transparency is just thin air. Disponible sur :
<http://www.atimes.com/atimes/China/JI12Ad01.html>

FRENCH Howard. Earthquake Opens Gap in Controls on Media. *New York Times*, 18 mai 2008.

GARDNER Dinah. China's media cautious on Myanmar. Disponible sur : <http://www.atimes.com/atimes/China/IJ05Ad03.html>

GUO Qiongli, 郭琼丽, Dongfang Zaobao, 东方早报. Disponible sur : <http://www.southcn.com/news/china/china04/xwgg/ggxd/xz/200312221118.htm>

HASKI Pierre. Canton, chef-lieu de la photo. *Libération*, 3 février 2005

HU Jintao, « Hu Jintao zai Renmin Ribaoshe kaocha gongzuode jianghua », (Discours durant la visite au *Quotidien du Peuple*) le 20 juin 2008. Disponible sur : http://news.xinhuanet.com/politics/2008-06/26/content_8442547.htm

LI Chunling, 李春玲. Dangqian gao shouru quntide shehui goucheng ji tezheng 当前高收入群体的社会构成及特征 (La composition sociale et les caractéristiques spécifiques des riches dans la Chine contemporaine). Disponible sur : http://www.sociology.cass.cn/pws/lichunling/grwj_lichunling/t20041222_4091.htm

LI Chunling, 李春玲. Zhongguo dangdai zhongchan jiecengde goucheng ji bili, 中国当代中产阶层的构成及比例 (La composition et la proportion de la classe moyenne de la Chine contemporaine). Disponible sur : <http://www.sachina.edu.cn/Htmldata/article/2005/09/289.html>

LI Datong 李大同. There's hope on the horizon. *South China Morning Post*, 27 juillet 2006

LI Jianwu, 李健吾. Xiang zhuliu meiti jinjun, 向主流媒体进军 (Direction les grands médias). *Xinwen Zhanxian*, 新闻战线, n°6, 2007

LIU Xiaobo. La corruption dans les médias chinois toujours dans l'ombre. *Perspectives chinoises*, n°83, mai-juin 2004

MARTINSEN Joel. Searching for honesty among propaganda spinners. Disponible sur : http://www.danwei.org/state_media/clear_water_muddy_journalism.php

MAURUS Véronique. Images du « Monde ». *Le Monde*, 24 mars 2007

PEDROLETTI Brice. La presse chinoise entend se servir des JO de Pékin pour marquer des points contre la censure. *Le Monde*, 10 août 2006

QIAN Gang. Looking back on Chinese media reporting of school collapses. Disponible sur : <http://cmp.hku.hk/2009/05/07/1599/>

RAWNSLEY D. Gary, RAWNSLEY T. Minh-Yeh. La réforme du secteur des médias à Taiwan. *Perspectives chinoises*, n°85, octobre 2004

SHAO Huadong, LU Yandan, AI Jingjing, ZHU Yali, 邵华冬, 吕掩丹, 艾晶晶, 朱亚利, 2005-2006 guanggao zhu "dushibao" guanggao toufang celue baogao, 2005-2006 广告主都市报广告投放策略报告 (Rapport sur la stratégie des annonceurs publicitaires des "dushibao"). *Shichang GuanCha*, 市场观察, juillet 2005

SHI Yajie, LI Zhiqiang, 石雅洁, 李志强, *Xinmin Wanbao*, *Dongfang Zaobao* ziwo xuanchuan guanggao tanxi, 新民晚报东方早报自我广告宣传广告探析 (Analyse de l'autopromotion publicitaire du *Xinmin Wanbao* et du *Dongfang Zaobao*). *Jinchuanmei*, 今传媒, mars 2007, pp. 56-58

SOONG Roland. Top 10 news photo was faked. Disponible sur : http://www.zonaeuropa.com/20080216_1.htm

SOONG Roland. A case study for media ethics. Disponible sur : http://www.zonaeuropa.com/20050513_1.htm

SOONG Roland. « The South China Tiger Photographs. Disponible sur : http://www.zonaeuropa.com/20071019_1.htm

SUN Wei, 孙玮, Lun dushibao de fenhua, 论都市报的分化 (Commentaire au sujet de la division des *dushibao*). *Xinwen Jizhe*, 新闻记者, Décembre 2004, pp. 21-23

TONG Bing, 童兵, Shilun zhongguo dushibao de dierci chuqngye, 试论中国都市报的第二次创业 (Essai de commentaire sur la deuxième fondation des *dushibao*). *Xinwen Jizhe*, 新闻记者, avril 2005, pp. 9-11

WEN Lu, ZHANG Lei, 文璐, 张垒, Ban "zhuliudabao" delu you duoyuan, 办"主流大报"的路有多远 (Le chemin est-il encore long pour devenir "médias de référence" ?). *Zhongguo Jizhe*, 中国记者, août 2007, pp. 41-43

XIAO Jun, 肖俊, Xin shiqi dushibao fazhan kuning ji weilai fazhan moshi tanxi, 新时期都市报发展困境及未来发展模式探析 (Les *dushibao* pris au piège dans la nouvelle période de développement et l'avenir des modes de développement). *Hunan dazhong meiti zhiye keji xueyuan xuebao*, 湖南大众媒体职业技术学院学报, juillet 2007, pp. 59-63

XIN Zhe, WEN Ji, 辛哲, 文济, *Dongfang Zaobao* de chengshi jingshen yu qizhi, 东方早报的城市精神与气质 (L'âme et le tempérament urbains du *Dongfang Zaobao*). *Xinwen Jizhe*, 新闻记者, juillet 2004, pp. 11-14

XINHUA. China adopts emergency response law. Disponible sur : <http://english.peopledaily.com.cn/90001/6251540.html>

XINHUA CHUANMEI GONGCHANG, 新华传媒工场, *Dongfang Zaobao* shishui shanghai tan, 东方早报试水上海滩 (Le *Dongfang Zaobao* teste la plage de Shanghai). *Guanggao Dagan*, 广告大观, août 2003, pp. 79-81

XU Chunhua, 徐春华, Baoye kuaquyu kuozhang jiangcheng qushi, 报业跨区域扩张将成趋势 (La tendance à l'extension interprovinciale des journaux). *Guoji Guanggao*, 国际广告, juillet 2003, pp. 90-91

- XU Zhenglin, 许正林, Shanghai dushibao guanggao shichang fenxi, 上海都市报广告市场分析 (Analyse du marché publicitaire des dushibaos de Shanghai). *Guanggao Yanjiu*, 广告研究, décembre 2006, pp. 161-165
- XUE Ke, CHEN Xi, YU Mingyang, 薛可, 陈稀, 余明阳, Shanghai 5 jia zhuliu baozhi guanyu 5.12 dizhen xinwen baodaode zhutici yanjiu, 上海5家主流报纸关于5.12地震新闻报道的主题词研究 (Analyse du vocabulaire des titres de 5 grands journaux de Shanghai au sujet du tremblement de terre du 12 mai). *Xinwen daxue*, 新闻大学, vol.3, pp. 53-62, 2008
- YU Xina, 俞熙娜, Jiexi Dongfang Zaobao quyuhua dingwei celüe, 解析东方早报区域化定位策略 (Analyse de la stratégie de positionnement régional du *Dongfang Zaobao*). *Xinwen Chuanbo*, 新闻传播, n°1, pp. 56-57, 2004
- ZHANG Kai, BAO Haibo, YUAN Qiuxiang, 张凯, 鲍海波, 袁秋乡, Cong lianhe dao ronghe, 从联合到融合 (De l'union à la fusion). *Xinwen Zhishi*, 新闻知识, janvier 2006, pp. 27-29
- ZHANG Wei, 张伟, Dushibao de fengyu shinian, 都市报的风雨十年 (Une décennie de Dushibao). *Zhongguo baoye*, 中国报业, novembre 2007, pp. 41-43
- ZHANG Xinbin, 张新彬, Dushibao 10 nian shengdian xiade weiji, 都市报十年盛典下的危机 (Les dushibao célèbrent leur 10^e anniversaire dans la crise). *Xinwen Aihaozhe*, 新闻爱好者, février 2006, pp. 4-7
- ZHU Chunyang, 朱春阳, Chuangxinyu mofang de boyi : Dongfang Zaobao rushi celüe fenxi, 创新与模仿的博弈: 《东方早报》入市策略分析-作者 (Entre création et innovation : analyse de la stratégie d'entrée dans le marché du *Dongfang Zaobao*). *Xinwen Shijian*, 新闻实践, n°4, 2005, pp. 42-44

Sites internet sur la Chine

AUJOURDH’HUI LA CHINE

L’actualité chinoise en français
www.aujourdhuilachine.com

CHINA DIGITAL TIMES

Portail d’informations politique et sociale
chinadigitaltimes.net

CHINA MEDIA PROJECT

Recherches sur les médias chinois
cmp.hku.hk

DANWEI

Chronique des média chinois
www.danwei.org

DONGFANG ZAobao

Le site web du journal
www.dfdaily.com

EASTSOUTHWESTNORTH

Traduction d’articles de presse chinoise
www.zonaeuropa.com/weblog.htm

GLOBAL VOICES CHINA

Sélection de propos de blogs chinois
www.globalvoicesonline.org/-/world/east-asia/china/

RUE89/CHINATOWN

www.rue89.com/chinatown
Le blog de Pierre Haski

Lois et règlements publics

Code pénal de la République populaire de Chine

Disponible sur : <http://www.com-law.net/findlaw/crime/criminallaw2.html>

Loi sur la protection des secrets d'Etat de la République populaire de Chine

中华人民共和国保守秘密法 (Zhonghua renmin gongheguo baoshou mimi fa).

Disponible sur : http://www.gov.cn/banshi/2005-08/21/content_25096.htm

Mesures pour l'administration de la diffusion de nouvelles et d'informations en Chine

Disponible sur : http://english.gov.cn/2006-09/10/content_383755.htm

Mesures pour l'application de la Loi sur la protection des secrets d'Etat de la République populaire de Chine

中华人民共和国保守秘密法实施办法 (Zhonghua renmin gongheguo baoshou mimi fa shishi banfa)

Disponible sur :

http://www.stats.gov.cn/tjgl/swdcglgg/xgfg/t20041118_402209111.htm

Note détaillée concernant la délivrance de la carte d'accréditation nationale unifiée de journaliste

全国统一换发的新闻记者证 (Quanguo tongyi huanfada xinwen jizhezheng)

Disponible sur :

<http://media.people.com.cn/GB/22114/44352/44353/3186589.html>

Pacte international relatif aux droits civils et politiques

Disponible sur : http://www.unhchr.ch/french/html/menu3/b/a_ccpr_fr.htm

Précisions de l'Administration de la presse et des publications au sujet de la mise en œuvre de l'approfondissement de la réforme de l'industrie de la presse, de la radio, du cinéma et de la télévision

新闻出版总署关于贯彻落实《关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见》的实施细则 (Xinwen chuban zongshu guanyu guangche luoshi "guanyu shenhua xinwen chuban guangbo yingshiye gaige deruo ganyijian" de shishi xize).

Disponible sur :

<http://vip.chinalawinfo.com/newlaw2002/slc/slc.asp?db=chl&gid=65964>

Règlements de la République populaire de Chine sur la transparence de

l'information gouvernementale

Disponible sur :

www.law.yale.edu/documents/pdf/Intellectual_Life/Ch_OGI_Regualtions_Eng_Final_051607.pdf

Règlements pour l'administration des publications de journaux

报纸出版管理规定 (Baozhi chuban guanli guiding)

Disponible sur : <http://media.people.com.cn/GB/40606/3790147.html>