

Le facteur Chine dans les médias taiwanais

Externaliser la censure chinoise à l'étranger

HUANG JAW-NIAN

RÉSUMÉ : Cette étude de cas se fonde sur l'expérience de Taiwan pour examiner comment le gouvernement chinois étend son influence pour manipuler les médias qui se trouvent en dehors de sa juridiction. Elle suggère qu'avec la dépendance accrue des entreprises de médias taiwanaises vis-à-vis des marchés chinois des capitaux, de la diffusion et de la publicité, les autorités chinoises ont renforcé leur capacité de contrôle à travers diverses incitations et menaces économiques, ce qui se traduit par de l'autocensure et la diffusion de nouvelles biaisées en faveur de la Chine. En utilisant le traçage de processus comme méthode principale, ainsi que des archives, des entretiens et la littérature académique secondaire comme principales sources de données, l'étude soutient que la « commercialisation de la censure » est un modèle exportable au-delà des frontières chinoises. Les États démocratiques autour de la Chine doivent donc concevoir des institutions qui protègent les médias d'éventuelles interventions inappropriées venant de forces politiques et économiques nationales ou étrangères.

MOTS-CLÉS : facteur Chine, commercialisation de la censure, médias, autocensure, Taiwan.

Introduction

Parallèlement à la croissance économique de la Chine, la communauté internationale est de plus en plus inquiète face à l'impact potentiel du régime autoritaire chinois sur les droits de l'homme et la démocratie dans les sociétés voisines, voire mondialement (Gat 2007 ; Diamond 2009 ; Kurlantzick et Link 2009 ; Ambrosio 2010 ; Chang Mau-Kuei 2011 ; Wu 2012 ; Pillsbury 2015 ; Nathan 2015). Son impact sur les pratiques libérales des médias est l'un des enjeux les plus discutés (Sciutto 1996 ; Link 2002 ; Ma 2007 ; Cook 2013 ; Hsu 2014 ; Kawakami 2015). À cet égard, l'expérience taiwanaise mérite une attention particulière. Après deux décennies de progrès durant l'ère post-démocratisation, la liberté des médias taiwanais semble s'être érodée depuis la fin des années 2000, au moment où Taiwan s'est engagée dans une coopération économique plus étroite avec la Chine. Selon Freedom House et Reporters sans frontières, la liberté de la presse à Taiwan n'a cessé de se détériorer depuis 2008 (voir figures 1 et 2) ⁽¹⁾. Freedom House, en particulier, craint « l'influence potentielle directe ou indirecte du gouvernement chinois sur la liberté d'expression à Taiwan » liée à « l'approfondissement des liens commerciaux entre Taiwan et la Chine continentale en 2010 avec la signature de l'accord-cadre de coopération économique » ⁽²⁾. Amnesty International note également que « la concentration des médias soulève des préoccupations concernant la liberté d'expression et l'indépendance éditoriale » à Taiwan ⁽³⁾. Ces phénomènes ont motivé la principale interrogation de cet article. Par quels mécanismes la Chine étend-elle son influence autoritaire aux médias qui se trouvent en dehors de sa juridiction ?

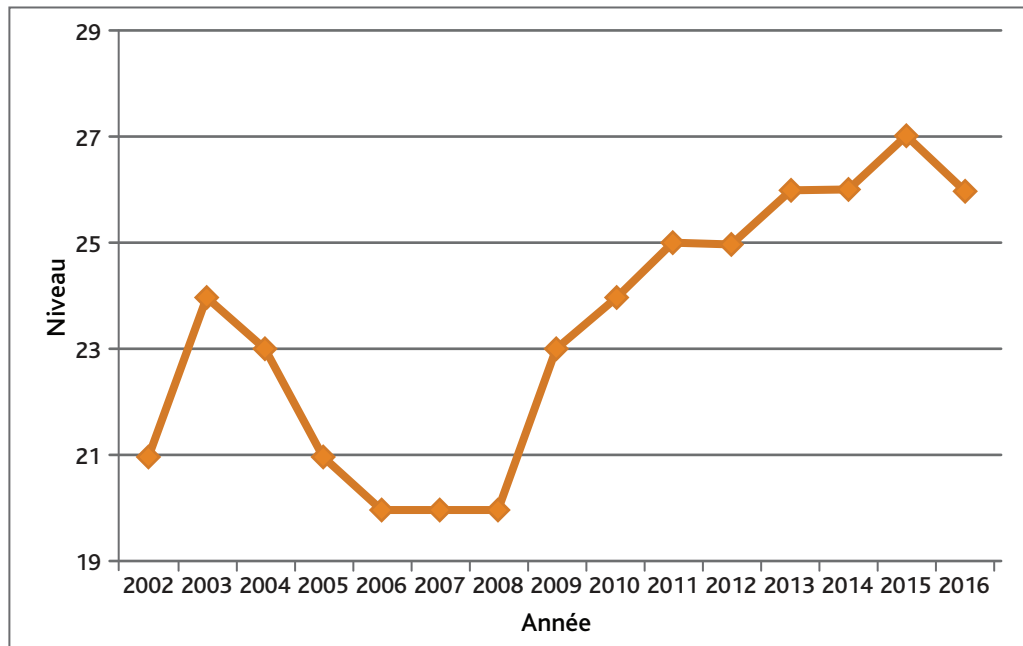
La littérature existante suggère rarement un cadre théorique systématisant les mécanismes par lesquels le gouvernement chinois exerce une influence sur les médias d'autres pays. Certaines études explorent la manière dont la Chine a encouragé d'autres États, en particulier des pays autoritaires et en

développement, à adopter le « modèle chinois » de capitalisme autoritaire. Les tactiques générales de Pékin incluent un soutien diplomatique aux Nations unies, l'établissement de nouvelles institutions internationales telles que l'Organisation de coopération de Shanghai, la fourniture d'une aide économique non liée en matière de droits de l'homme, la création d'instituts Confucius partout dans le monde et l'expansion des médias officiels chinois et d'autres médias favorables au gouvernement de la RPC à l'étranger (Kurlantzick et Link 2009 ; Kurlantzick 2013 ; Pillsbury 2015 ; Nathan 2015). Ces études permettent de mieux comprendre la dynamique globale de la diffusion transnationale du modèle chinois. Cependant, en considérant les médias comme un instrument parmi d'autres au sein d'une panoplie d'outils servant l'influence de Pékin à l'étranger, ils identifient peu de mécanismes spécifiques à l'influence chinoise sur les médias à l'étranger.

D'autres études examinent comment le gouvernement chinois contrôle les médias sur son propre territoire. En Chine, le Parti communiste chinois (PCC) applique une censure administrative sur les médias à travers des sanctions politiques et juridiques. Il est également passé maître dans l'art de la « commercialisation de la censure », c'est-à-dire que la censure est « externalisée » vers des entreprises de médias privées en les menaçant de répercussions économiques. Ces menaces politiques et économiques ont généré en Chine une « autocensure induite par la peur » (Link 2002 ;

1. Freedom House, « Detailed Data and Sub-Scores 1980-2016 », 2016, <https://freedomhouse.org/report-types/freedom-press> (consulté le 7 mars 2017) ; Reporters sans frontières, « Classement mondial de la liberté de la presse 2016 », 2016, <https://rsf.org/fr/classement> (consulté le 7 mars 2017).
2. Freedom House, « Taiwan: Freedom of the Press 2010 », 2010, <http://www.freedomhouse.org/report/freedom-press/2010/taiwan> (consulté le 7 mars 2017) ; Freedom House, « Taiwan: Freedom of the Press 2011 », 2011, <http://www.freedomhouse.org/report/freedom-press/2011/taiwan> (consulté le 7 mars 2017).
3. Amnesty International, « Amnesty International Report 2013: The State of the World's Human Rights », 22 mai 2013, <http://www.amnestyusa.org/research/reports/state-of-the-world-2013> (consulté le 7 mars 2017).

Figure 1 – Liberté de la presse à Taiwan selon Freedom House



Source : Freedom House (2016)

Note : plus le niveau est élevé, moins la presse est libre.

Kurlantzick et Link 2009). Un phénomène similaire s'est produit à Hong Kong. Sans possibilité juridique d'intervenir directement dans les médias de la région administrative spéciale, les autorités chinoises ont imposé un modèle d'autocensure par des agressions physiques, des cyberattaques, le retrait de contrats publicitaires et le transfert de propriété des médias vers des entités pro-Pékin (Sciutto 1996 ; Ma 2007 ; Cook 2013). Ces travaux améliorent la compréhension des mécanismes à travers lesquels le PCC manipule les médias nationaux. Ils peuvent également alimenter notre réflexion sur la manière dont la Chine influe sur les médias à l'étranger. Cependant, il est peu probable que les mécanismes opérant en Chine puissent être utilisés à Taiwan et dans d'autres pays *de facto* indépendants de la Chine.

D'autres recherches se concentrent sur la manière dont le gouvernement chinois influence les médias taïwanais. Les approches généralement adoptées par Pékin pour inciter les médias taïwanais à s'autocensurer y ont été identifiées. Cela passe par des publicités intégrées aux contenus, l'achat des droits de diffusion de programmes télévisés, l'incitation des hommes d'affaires pro-Pékin à acquérir des médias à Taiwan et l'exercice de pressions sur les journalistes et les propriétaires de médias taïwanais, etc. (Cook 2013 ; Hsu 2014 ; Kawakami 2015). Ces études offrent une explication suffisamment détaillée des mécanismes d'influence de la Chine sur les médias taïwanais. Cependant, ils ne fournissent pas de cadre théorique potentiellement transférable et applicable à d'autres pays dans la mesure où, du point de vue de « l'échelle d'abstraction » (Sartori 1970), les mécanismes identifiés par ces études restent largement factuels et exigent un degré d'abstraction supplémentaire pour atteindre le niveau de la théorie.

Pour combler ces lacunes, cet article propose un cadre théorique visant à systématiser les mécanismes à travers lesquels le gouvernement chinois étend son influence autoritaire sur les médias qui se trouvent en dehors de sa juridiction. Une étude de cas sur l'expérience de Taiwan sera ensuite menée pour examiner l'efficacité de la théorie proposée.

La diffusion transnationale de la censure chinoise : cadre théorique

En associant le modèle de « commercialisation de la censure » de Kurlantzick et Link à l'analyse des rouages du « facteur Chine » de Wu Jieh-min, cet article construit un cadre théorique systématisant les mécanismes à travers lesquels le gouvernement chinois exerce sa censure en dehors de son territoire. Selon Kurlantzick et Link, la « commercialisation de la censure » est un modèle autoritaire de contrôle des médias créé par le PCC au début du *xx*^e siècle. Dans ce modèle, la censure est non seulement mise en œuvre par des moyens politiques et juridiques traditionnels,

mais elle est aussi largement « externalisée » vers les entreprises de médias privées en les menaçant de répercussions économiques, telles que la perte de subventions et de contrats publicitaires. Craignant les sanctions politiques et économiques, les médias chinois ont tendance à exercer une autocensure sur des sujets jugés sensibles pour les autorités chinoises (Kurlantzick et Link 2009). Selon Wu Jieh-min, le « facteur Chine » est le processus à travers lequel le gouvernement chinois exerce une influence politique sur d'autres pays en les absorbant dans sa sphère d'influence économique. Concrètement, Pékin crée une structure où le pays cible devient économiquement dépendant de la Chine, établit des réseaux entre les gouvernements et les milieux d'affaires, forme un groupe de collaborateurs locaux en offrant des privilèges et des intérêts, et emploie ces collaborateurs pour atteindre ses objectifs au sein de la société locale (Wu 2016).

Sur la base de ces deux modèles, le cadre théorique proposé par cet article identifie trois étapes à travers lesquelles le gouvernement chinois « externalise » sa censure vers des entreprises de médias privées à l'étranger. Ces trois étapes correspondent à trois niveaux d'analyse comprenant le niveau international, le niveau sectoriel et enfin le niveau d'entreprise. Les catégories analytiques pertinentes et leurs relations dynamiques sont discutées ci-dessous (voir figure 3).

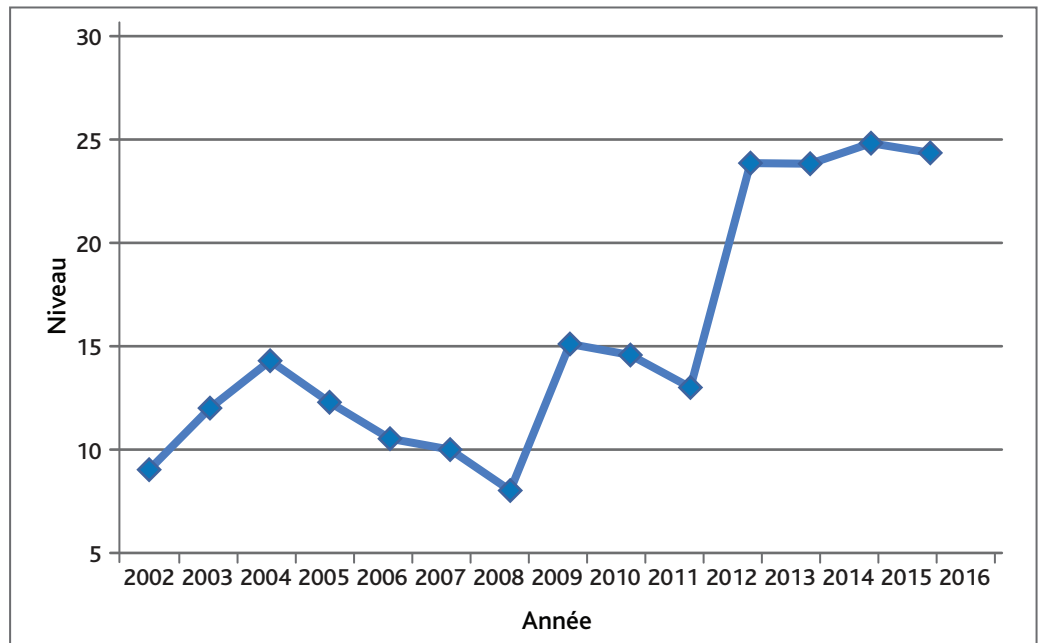
La première étape consiste à créer une structure économique asymétrique au niveau international et à rendre le pays cible économiquement dépendant de la Chine. Alors qu'elle devient un acteur régional montant en Asie, la Chine cherche à établir un ordre international alternatif dans la région, voire à l'échelle mondiale, pour concurrencer l'hégémonie américaine actuelle. Comme le suggère le facteur Chine, l'influence économique est le moyen fondamental par lequel Pékin exerce une influence et atteint ses objectifs politiques dans d'autres pays. Pour diffuser ses idées et pratiques à l'étranger, la Chine s'efforce ainsi de maintenir sa supériorité économique. Selon la même logique, la diffusion transnationale de la censure chinoise provient d'une telle domination économique.

La deuxième étape consiste à coopter les propriétaires de médias au niveau sectoriel pour en faire des collaborateurs locaux de Pékin dans le pays cible. Alors que le modèle du facteur Chine indique que la collaboration locale constitue un mécanisme important pour la réalisation des objectifs politiques de la Chine à l'étranger, le modèle de « commercialisation de la censure » suggère que les incitations et les menaces économiques sont devenues des instruments majeurs pour « externaliser » la censure vers des entreprises de médias privées. Ensemble, les deux modèles tendent à montrer que Pékin s'associe à des propriétaires de médias locaux pour exercer la censure chinoise dans le pays cible, soit en offrant des ressources financières sous forme de revenus de diffusion et de publicité ou d'investissements, soit en menaçant de couper ces ressources.

La troisième étape consiste à mettre en œuvre et à banaliser l'autocensure au niveau même de l'entreprise dans le pays cible. Assistées par les propriétaires mentionnés ci-dessus, les structures d'entreprise et de marché des médias du pays cible ont tendance à s'adapter aux politiques de communication de masse de Pékin. De tels changements structurels peuvent à terme encourager les journalistes du pays cible à intégrer une forme d'autocensure favorable à Pékin au cours de leur travail éditorial.

Sur la base de ce cadre théorique, le présent article avance qu'une entreprise de médias en dehors de la Chine exercera, lorsqu'elle est commercialement liée au marché chinois, une autocensure sur certains sujets sensibles. Pour examiner cette théorie, nous présentons une étude de cas sur l'expérience de Taiwan. Nous utilisons le traçage de processus comme méthode principale, dans la mesure où cette méthode permet de diviser le lien théorique entre cause et effet en étapes plus réduites, de rechercher des preuves empiriques pour chaque étape et de confirmer l'efficacité du mécanisme causal proposé (George et Bennett 2005). Plusieurs entreprises de médias taiwanaises ont été sélectionnées, notamment le groupe Want Want-China Times Media, *United Daily News (UDN)*, Sanlih E-Television (SET) et Formosa Television (FTV). En appliquant les principes de l'échantillonnage dirigé et par quotas, les deux premiers et les deux derniers sont respectivement sélectionnés pour représenter le camp pro-unification et le camp pro-indépendance à Taiwan. Les expériences d'autres entreprises de médias sont également discutées dans l'étude de cas. Les principales sources de données de recherches associent des archives, des entretiens et des documents issus de la littérature secondaire à un travail de terrain mené à Taiwan. Les données des entretiens sont basées sur des entretiens semi-structurés avec 22 acteurs du secteur (notamment des cadres, des journalistes, des militants d'organisations non gouvernementales et des fonctionnaires) menés à Taiwan au cours du premier semestre de l'année 2014.

Figure 2 – Liberté de la presse à Taiwan selon Reporters sans frontières



Source : Reporters sans frontières (2016).

Note : plus le niveau est élevé, moins la presse est libre.

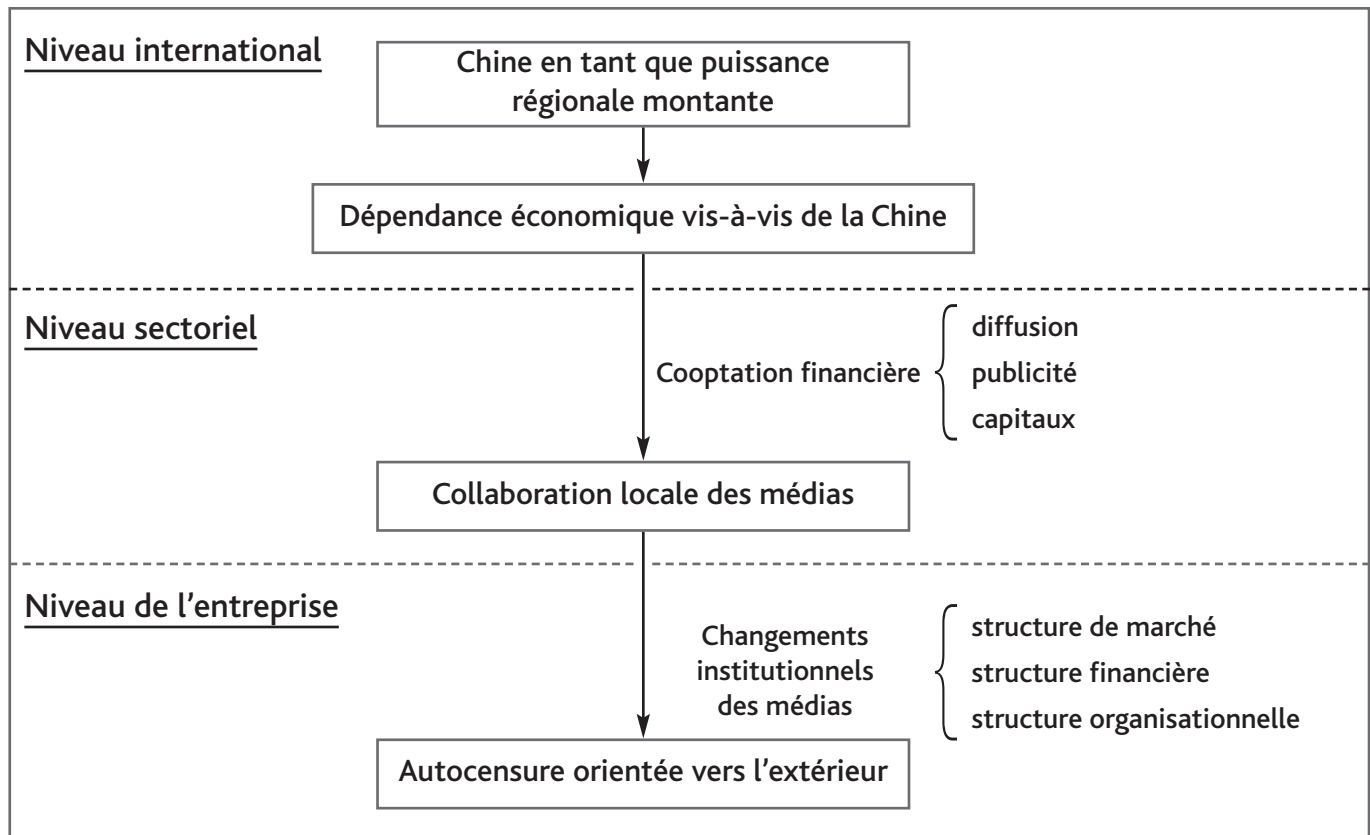
Renforcer la structure de dépendance économique de l'autre côté du détroit de Taiwan

Dès les années 2000, l'île de Taiwan est devenue de plus en plus économiquement dépendante de la Chine. Elle a signé une série d'accords de libre-échange avec cinq alliés diplomatiques latino-américains (Panama, Nicaragua, Salvador, Honduras et Guatemala) dans les années 2000, avec la Chine en 2010, avec la Nouvelle-Zélande en 2013 et avec Singapour la même année. Taiwan a également signé un accord d'investissement avec le Japon en 2011 tout en continuant de négocier avec les États-Unis sur l'accord-cadre pour le commerce et l'investissement. Parmi ces pays, c'est la Chine qui a développé l'influence économique la plus forte sur Taiwan, remplaçant dès 2005 les États-Unis et le Japon en tant que principal partenaire commercial. Comme le montre la figure 4, la Chine représentait 22,67 % du commerce total de Taiwan en 2015, alors que les États-Unis et le Japon représentaient respectivement 11,92 % et 11,39 %, et Singapour, la Nouvelle-Zélande et les cinq alliés diplomatiques latino-américains ne représentaient que 4,79 %, 0,25 % et 0,16 % respectivement⁽⁴⁾. La Chine a également remplacé les États-Unis en tant que premier marché d'exportation de Taiwan en 2004⁽⁵⁾. Comme le montre la figure 5, en 2000, les États-Unis représentaient 23,42 % des exportations annuelles taiwanaises, alors que la Chine représentait 2,89 %. Cependant, alors que les exportations annuelles taiwanaises vers les États-Unis ont chuté respectivement à 14,67 %, 11,46 % et 12,21 % du total des exportations annuelles en 2005, 2010 et 2015, les exportations de Taiwan vers la Chine ont atteint 21,99 %, 28,02 % et 25,40 %. En outre, les dernières statistiques montrent que si les exportations vers les États-Unis ont reculé à 11,96 % en 2016, les exportations

4. Bureau du commerce extérieur de Taiwan, « Trade Statistics #FSC3040: Ranking of Total Trade, Exports, and Imports for Taiwan's Trading Partners », 2016, <http://cus93.trade.gov.tw/FSCI/> (consulté le 7 mars 2017)

5. *Ibid.*

Figure 3 – Cadre théorique de la diffusion transnationale de la censure chinoise



vers la Chine se sont stabilisées à 26,36 % ⁽⁶⁾. La Chine est devenue la principale source d'excédent commercial de Taiwan. Au niveau financier, les relations de Taiwan avec la Chine se sont intensifiées. À titre d'exemple, depuis que le gouvernement taïwanais a levé son interdiction d'investir en Chine en 1991, la Chine est progressivement devenue la destination la plus populaire pour les investissements. Comme le montre le tableau 1, les investissements taïwanais vers la Chine ont progressivement augmenté à partir de 1991, dépassant tous les investissements taïwanais cumulés dans d'autres pays étrangers à partir de 2002. Bien qu'il y ait eu des signes de recul des investissements au profit d'autres pays depuis 2015, la Chine absorbait encore deux fois plus d'investissements que le Japon, deuxième cible des investissements taïwanais, en 2016 ⁽⁷⁾. De même, après que le gouvernement taïwanais ait progressivement relâché ses restrictions sur les investissements chinois dans certaines industries à partir de 2009, les flux d'investissements directs de la Chine vers Taiwan se sont intensifiés ⁽⁸⁾.

La Chine n'a eu de cesse de renforcer cette structure de dépendance économique en intégrant Taiwan dans son ordre économique international. Acteur régional de plus en plus influent, la Chine cherche à contrer l'hégémonie américaine pour établir un ordre mondial alternatif depuis les années 2000. En 2003, le gouvernement chinois propose l'expression d'« ascension pacifique » (*heping jueqi*) pour décrire son plan de développement national au XXI^e siècle. Le gouvernement a remplacé « ascension » par « développement » en 2004 pour adoucir l'impression de menace de l'ordre mondial établi. Le « développement pacifique » (*heping fazhan*) n'en a pas moins été perçu comme la nouvelle stratégie de développement national de la Chine qui cherchait à établir dans ses frontières une série d'institutions politiques, économiques et sociales « harmonieuses » et à établir à l'extérieur un ordre mondial alternatif en remettant en question le statut hégémonique des États-Unis (Shiau 2004,

p. 24). En ce qui concerne l'ordre économique régional, la Chine n'a pas voulu du régionalisme ouvert, préconisé par les États-Unis et d'autres pays développés d'Asie-Pacifique, impliquant un renforcement de la coopération entre l'Asie de l'Est et d'autres régions accompagné d'une libéralisation financière et commerciale. La Chine a préféré promouvoir une autre version du régionalisme où les pays d'Asie de l'Est coopèrent les uns avec les autres pour faire face au régionalisme ouvert et à la mondialisation menée par les États-Unis (Shiau 2004, p. 10-11). Dans le cadre de la stratégie du PCC d'unification de la Chine et de Taiwan, Pékin essaye également depuis longtemps de « promouvoir l'unification par des moyens économiques » (*yi jing cu tong*), c'est-à-dire de faciliter la réconciliation politique et la réunification en intensifiant les liens économiques et commerciaux, sans pour autant abandonner la possibilité de reprendre Taiwan par la force. Par conséquent, pour isoler Taiwan sur la scène internationale et l'absorber dans sa sphère d'influence économique, la Chine a empêché Taiwan de signer des accords de libre-échange avec ses principaux partenaires commerciaux au cours des années 2000 tout en la poussant à signer l'accord-cadre de coopération économique (Economic Cooperation Framework Agreement ou ECFA) avec elle en 2010 en cédant une partie de ses propres bénéfices (Tung 2011, p. 109, 112) ⁽⁹⁾.

6. Centre de données économiques de Taiwan, « AREMOS Taiwan Economic Statistics Dataset », 2016, <http://net.aremios.org.tw/> (consulté le 7 mars 2017) ; ministère des Finances de Taiwan, « Customs Administration Statistics Dataset », 2017, <https://portal.sw.nat.gov.tw/APGA/GA01> (consulté le 7 mars 2017).

7. Commission des investissements de Taiwan, « Statistics Monthly Report (janvier 2017) », 2017, http://www.moeaic.gov.tw/news.view?do=data&id=1135&lang=ch&type=business_ann (consulté le 7 mars 2017).

8. Ibid.

9. La question de savoir si la Chine a vraiment cédé une partie de ses bénéfices à Taiwan pour négocier l'ECFA est encore débattue. Les autorités chinoises ont maintenu cette position, mais le gouvernement taïwanais ne l'a pas officiellement reconnue.

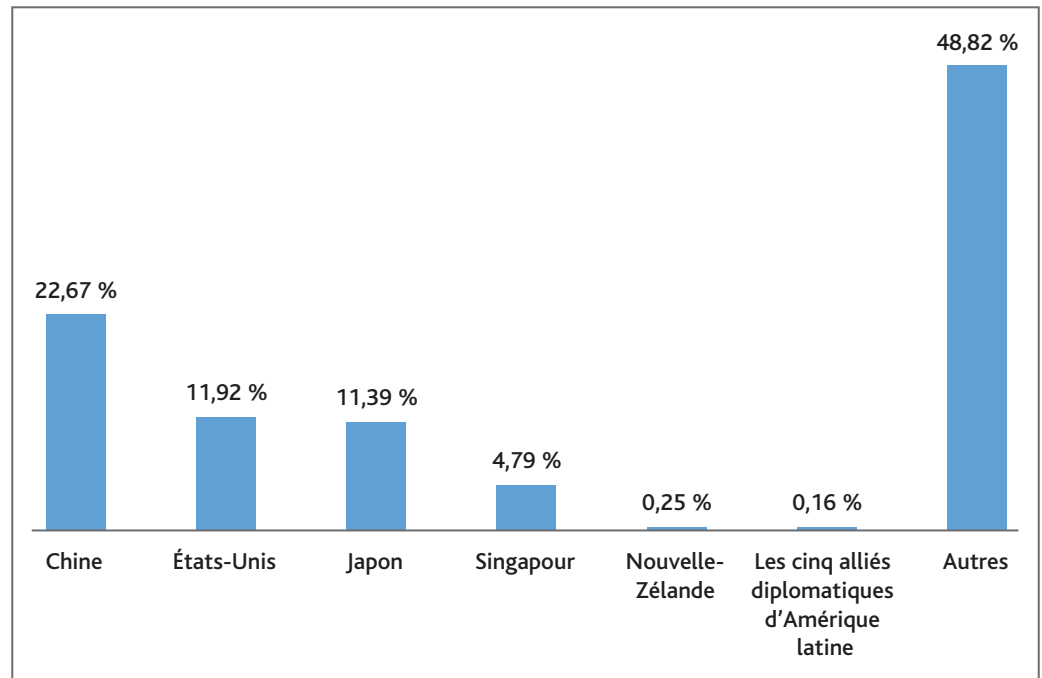
Parallèlement à l'expansion des liens économiques entre Taiwan et la Chine, un nombre croissant de réseaux entre gouvernements et milieux d'affaires ont été constitués de part et d'autre du détroit depuis les années 2000, comme le Boao Forum for Asia, le Cross-Strait Economic and Cultural Forum, le Straits Forum, le Cross-Strait CEO Summit, ainsi que des associations professionnelles taiwanaises nationales et locales en Chine. Grâce à ces réseaux, les entrepreneurs taiwanais souhaitant faire des affaires en Chine tirent parti des avantages économiques offerts par le gouvernement chinois ; simultanément, les autorités chinoises chargées de régler les activités économiques s'assurent la loyauté des hommes d'affaires taiwanais en leur offrant des

privileges et des traitements spéciaux (Wu 2015, 2016). Le secteur des médias ne fait pas exception. Pour intensifier la guerre médiatique contre Taiwan, l'ancien président chinois Hu Jintao a énoncé la stratégie *rudao, ruhu, ruxin* (« entrer dans l'île, entrer dans les foyers et entrer dans les têtes ») en tant que nouveau principe de propagande pour l'unification avec Taiwan à la Radio nationale chinoise, à l'occasion du 50^{ème} anniversaire de sa première diffusion à Taiwan le 12 août 2004. Pour mettre en œuvre cette stratégie, Pékin s'est efforcé de réduire l'accès des médias taiwanais aux institutions et événements internationaux, et de créer activement des réseaux de communication avec des organisations et des représentants de ces médias (Cook 2013, p. 30, 32). Par exemple, les propriétaires et professionnels des médias taiwanais sont régulièrement invités à participer à des conférences sur les médias organisées par le gouvernement chinois, tels que les Straits Forums. Dirigée par la Straits Exchange Foundation of Taiwan, les actionnaires, rédacteurs en chef et gestionnaires de médias taiwanais ont mené leur première « délégation de dirigeants des médias » en Chine en octobre 2009, au cours de laquelle ils ont rencontré deux responsables chinois : Wang Yi, directeur du bureau des affaires taiwanaises au sein du Conseil des affaires de l'État, et Chen Yunlin, président de l'Association pour les relations entre les deux rives du détroit. À la demande des autorités chinoises, certains responsables de médias taiwanais ont même été choisis pour assister à des « réunions à huis clos » à Pékin afin de se familiariser avec les lignes directrices pour la gestion de l'opinion publique du gouvernement central chinois (Lee 2014, p. 133, 135).

Coopérer avec les propriétaires de médias taiwanais pour en faire des collaborateurs locaux

Parallèlement à la dépendance économique accrue de Taiwan envers la Chine, les entreprises de médias taiwanaises sont devenues de plus en plus liées au marché chinois à partir des années 2000. Une enquête universitaire

Figure 4 – Pourcentage du volume total du commerce de Taiwan (2015)

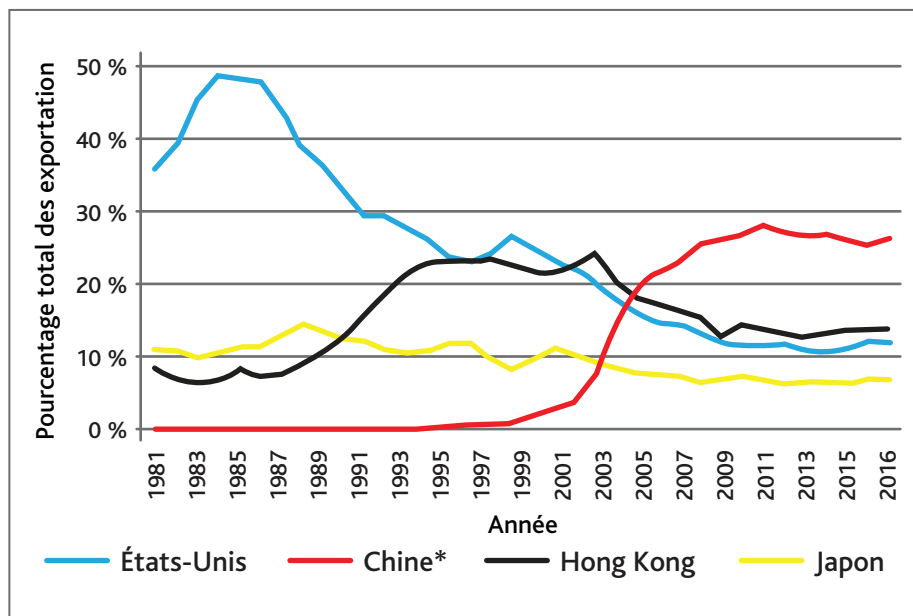


Source : Bureau du commerce extérieur de Taiwan (2016)

menée au milieu des années 2000 a révélé que 38,4 % des entreprises de médias taiwanaises avaient élargi leurs activités à l'étranger et plus de 90 % d'entre elles faisaient des affaires en Chine. Alors que le volume des affaires à l'étranger représentait en moyenne 34 % du volume total d'activité d'une société de médias, le volume d'affaires en Chine représentait près de 40 % du volume des activités menées à l'étranger. La Chine était donc le premier marché étranger. En outre, 30 % des entreprises de médias qui n'étaient pas encore entrées sur le marché chinois exprimaient leur intention de le faire sous peu (Chen 2006, p. 57-58, 60, 68). Les entreprises étaient particulièrement intéressées par les ressources financières de Chine continentale pour rééquilibrer leur budget au moment où les revenus publicitaires des entreprises privées taiwanaises diminuaient en raison de la crise financière de 2008, situation aggravée par les pertes de revenus suivant l'interdiction des placements de produit sponsorisés par le gouvernement en 2011 (Chung 2012, p. 67-70).

Dans ces circonstances, le gouvernement chinois a eu plus de possibilités d'utiliser les entreprises de médias taiwanaises comme instruments de son hégémonie et de sa propagande d'unification, soit en offrant des ressources financières sur les marchés chinois de la diffusion, de la publicité et des capitaux, soit en menaçant de bloquer l'accès à ces marchés prometteurs. En tant que régime autoritaire exerçant une stricte censure médiatique, le gouvernement chinois s'emploie à empêcher ses médias nationaux de couvrir certains sujets interdits (tels que les manifestations de Tian'anmen, l'indépendance de Taiwan, l'autonomie du Tibet ou du Xinjiang et le Falun Gong) tout en incitant les rédacteurs en chef et les journalistes à exprimer des opinions qu'il approuve (notamment tout ce qui stimule l'identification au PCC, le patriotisme et l'animosité envers les menaces externes) (Kurlantzick et Link 2009). Pour assurer leurs intérêts commerciaux en Chine, de nombreuses entreprises de médias taiwanaises, indépendamment de leurs positions sur la question de l'indépendance et de l'unification, ont commencé à s'adapter aux politiques de communication de masse de Pékin en appliquant à

Figure 5 – Pourcentage du volume total des exportations de Taiwan, 1981-2016



*Hors Hong Kong

Source : ensemble de données statistiques économiques sur Taiwan AREMOS (2016) ; ministère des Finances de Taiwan (2017)

leur ligne éditoriale des « règles cachées » (*qian gui ze*)⁽¹⁰⁾ favorables aux autorités chinoises. De manière générale, les médias taiwanais sont incités à ne pas aborder des sujets délicats qui pourraient gêner les autorités chinoises (souvent les mêmes sujets que ceux qui sont interdits aux médias chinois). Ils sont en revanche incités à présenter les concepts promus par le gouvernement chinois, comme l'harmonie sociale, les échanges sino-taiwanais, la compréhension mutuelle et le développement pacifique (Cook 2013, p. 25-26)⁽¹¹⁾.

Diffusion

Compte tenu de la taille du marché chinois de la diffusion, 1,3 milliard de personnes, de nombreuses entreprises de médias taiwanaises ont cherché à ouvrir des bureaux, publier des journaux, diffuser des émissions télévisées et ouvrir l'accès à leurs sites Web en Chine pour obtenir plus d'abonnements, de droits d'auteur et de revenus publicitaires (Lee 2014, p. 133-134)⁽¹²⁾. Cependant, le gouvernement chinois a exigé explicitement ou implicitement que ces entreprises se conforment à la censure chinoise, non seulement en Chine, mais aussi à Taiwan, en échange des revenus de diffusion et des revenus publicitaires chinois qui s'ensuivent. Cela s'appliquait à la fois aux supports papier et numériques.

Par exemple, les deux grands journaux taiwanais, le *China Times* et *United Daily News (UDN)* ont redoublé d'efforts pour pouvoir distribuer leurs journaux en Chine dès les années 1990. *UDN* a même obtenu l'autorisation spéciale d'imprimer et de distribuer directement son journal à Dongguan, en Chine, le 1er avril 2006⁽¹³⁾. Pour que de tels privilèges soient accordés par le bureau des affaires taiwanaises du Conseil des affaires de l'État, les deux journaux ont dû faire en sorte qu'aucun article ou commentaire n'irrite les autorités chinoises. *UDN* a même fréquemment publié des publicités sous forme de reportage, des publi-reportages, pour des gouvernements locaux chinois dans son édition continentale. Malgré ces précautions, la dis-

tribution des deux journaux taiwanais en Chine a toujours été limitée à certaines régions, organisations et personnes, telles que les entreprises taiwanaises, les entreprises étrangères, les hôtels cinq étoiles et les établissements universitaires pour les études sur Taiwan⁽¹⁴⁾.

En ce qui concerne les médias télévisés, il existe plusieurs exemples. Selon Hu Yuan-Hui (ancien directeur général de la Taiwan Television Enterprise [TTV]), TTV souhaitait ouvrir de nouveaux bureaux à Pékin et dans d'autres villes chinoises dès 2001. Mais le gouvernement chinois a transmis un message clair à la direction de TTV par l'intermédiaire d'un journaliste de la chaîne : aucun permis ne serait délivré pour les nouveaux bureaux avant que la diffusion d'un programme de TTV sur le Falun Gong ne soit interrompue. Le permis a été refusé tant que le programme était à l'antenne et il n'a été délivré qu'après la dernière diffusion, conformément au calendrier initialement prévu par TTV⁽¹⁵⁾. En raison de cet incident, la plupart des médias taiwanais qui envisageaient d'entrer sur le marché chinois sont devenus réticents à produire des

reportages et des émissions sur le Falun Gong⁽¹⁶⁾.

Même les entreprises de télévision pro-identité taiwanaises, telles que FTV et SET, se sont efforcées de vendre les droits de diffusion de leurs émissions et de leurs fictions en Chine pour obtenir des revenus financiers supplémentaires (Cook 2013, p. 32-33 ; Hsu 2014, p. 526-528 ; Kawakami 2015, p. 18)⁽¹⁷⁾, surtout après le déclin des revenus publicitaires liés à la crise financière de 2008 et l'interdiction en 2011 des placements de produit sponsorisés par le gouvernement (Chung 2012, p. 67-70). En particulier, FTV a cherché une coopération avec la Télévision centrale de Chine (CCTV) pour faire doubler ses feuilletons en mandarin et les diffuser en Chine. Probablement pour faire passer une telle transaction commerciale, FTV a évité de diffuser des émissions sur des sujets jugés sensibles pour Pékin. Par exemple, en 2009, Chai Trong-rong a refusé, alors qu'il était fondateur de FTV et membre du comité central permanent du Parti démocrate progressiste

10. Entretien avec Lu Dong-Shi, ancien président de l'Association taiwanaise des journalistes, Taipei, 24 juin 2014 ; entretien avec Ni Yen-Yuan, ancien rédacteur en chef du *China Times*, Taipei, 16 juillet 2014 ; entretien anonyme avec un cadre supérieur de l'United Daily News Television, 11 juillet 2014 ; entretien anonyme avec un journaliste de SET, 30 juillet 2014 ; entretien avec Feng Sylvia, fondateur de l'Alliance for the Birth of Public Media et ancien directeur général de Taiwan Public Television Service (PTS), Taipei, 13 août 2014.

11. Entretien avec Lu Dong-Shi ; entretien avec Ho Jung-hsing, fondateur et ancien président de l'Association des journalistes taiwanais, Taipei, 14 juillet 2014 ; entretien avec Hu Yuan-Hui, ancien directeur général de la Taiwan Television Enterprise et ancien président de la Central News Agency, Taipei, 25 juillet 2014.

12. Entretien avec Lu Dong-Shi ; entretien avec Chen Hsiao-yi, président de l'Association taiwanaise des journalistes, Taipei, 27 juin 2014 ; entretien avec Ho Jung-hsing ; entretien avec Hu Yuan-Hui ; entretien avec Su Tzen-ping, ancien directeur du Bureau de l'information du gouvernement et ancien président de la Central News Agency, Taipei, 28 juillet 2014 ; entretien avec Lee Chih-Te, journaliste à Radio Free Asia, Taipei, 19 août 2014.

13. « The United Daily's Privilege to Have Newspapers Printed in Mainland China », *China Times*, 17 novembre 2012.

14. Entretien avec Su Tzen-ping.

15. Entretien avec Hu Yuan-Hui.

16. Entretien anonyme avec un responsable du Groupe Want Want-China Times, Taipei, 13 juin 2014.

17. Entretien anonyme avec un ancien cadre de FTV, Taipei, 11 juillet 2014.

Tableau 1 – Investissements de part et d'autre du détroit de Taiwan, 1991-2016

Année	Investissements de Taiwan en Chine		Investissements chinois à Taiwan		Total des investissements externes de Taiwan (hors Chine)	
	Cas	Montant	Cas	Montant	Cas	Montant
1991	237	174 158			365	1 656 231
1992	264	246 992			300	887 259
1993	1 262	1 140 365			326	1 661 046
1994	934	962 209			324	1 616 844
1995	490	1 092 713			339	1 356 878
1996	383	1 229 241			470	2 165 404
1997	728	1 614 542			759	2 893 826
1998	641	1 519 209			896	3 296 302
1999	488	1 252 780			774	3 269 013
2000	840	2 607 142			1 391	5 077 062
2001	1 186	2 784 147			1 387	4 391 654
2002	1 490	3 858 757			925	3 370 046
2003	1 837	4 594 985			714	3 968 588
2004	2 000	6 939 912			658	3 382 022
2005	1 287	6 002 029			521	2 447 449
2006	897	7 375 197			478	4 315 426
2007	779	9 676 420			464	6 469 978
2008	482	9 843 355			387	4 466 491
2009	249	6 058 497	23	37 486	251	3 005 554
2010	518	12 230 146	79	94 345	247	2 823 451
2011	575	13 100 871	105	51 625	306	3 696 827
2012	454	10 924 406	138	331 583	321	8 098 641
2013	440	8 684 904	138	349 479	373	5 232 266
2014	388	9 829 805	136	334 631	493	7 293 683
2015	321	10 398 224	170	244 067	462	10 745 195
2016	252	9 183 992	158	247 628	496	12 123 094

(Unité : US\$1 000)

Source : Commission des investissements de Taiwan (2017)

(PDP), une proposition du comité pour FTV d'acheter et de diffuser *The Ten Conditions of Love*, un documentaire sur Rebiya Kadeer, chef de file du mouvement pour l'indépendance du Xinjiang (Hsu 2014) ⁽¹⁸⁾.

De même, SET s'efforce de diffuser ses fictions en Chine depuis 2008. Son président, Chang Jung-hua, a même remplacé le terme « fiction taiwanaise » (*tai ju*) par le terme créé par SET de « fiction chinoise » (*hua ju*) en décembre 2011 afin de faciliter les activités de SET en Chine. Cependant, l'Administration d'État chargée de la presse, de l'édition, de la radio, du cinéma et de la télévision (SAPPRFT), une institution notamment chargée d'approuver la diffusion des fictions étrangères, a laissé entendre que SET devrait supprimer *Dahua xinwen*, un talk-show politique très populaire, pro-Taiwan et anti-Pékin, pour faciliter ses affaires en Chine. Par conséquent, *Dahua xinwen* a finalement été annulé en mai 2012, sous la pression des autorités chinoises (Chung 2012, p. 27, 33-34, 39, 52, 78) ⁽¹⁹⁾.

Un phénomène similaire a frappé les médias en ligne. Une enquête réalisée entre le 12 janvier et le 1er avril 2015 a mesuré la quantité de contenus web de médias taiwanais bloqués en Chine afin de montrer le niveau de complaisance ou d'hostilité des médias vis-à-vis de Pékin. Par exemple, alors que les sites Web des journaux pro-taiwanais *Liberty Times* et anti-communiste *Apple Daily* étaient bloqués respectivement à 95 % et 92 % en Chine, ceux des journaux pro-unification *UDN* et *China Times* n'étaient bloqués qu'à 67 % et 0 %

respectivement ⁽²⁰⁾. Les médias taiwanais devaient apparemment éviter d'utiliser des mots-clés jugés sensibles en Chine pour s'assurer un haut niveau de trafic dans le cyberspace chinois et ainsi bénéficier de revenus publicitaires ⁽²¹⁾.

Publicité

En plus du marché de la diffusion, le gouvernement chinois a également intégré les entreprises de médias taiwanaises dans le marché publicitaire. À la fin des années 2000, le bureau des affaires taiwanaises et les gouvernements provinciaux et municipaux se sont montrés très intéressés par la publication de publi-reportages dans les médias taiwanais pour vanter le commerce et le tourisme en Chine ⁽²²⁾, gagnant ainsi un nouveau canal de

18. Entretien anonyme avec un ancien cadre de FTV, Taipei, 11 juillet 2014.

19. Shu-fang Ji, « Shutting off the BigTalk News for Entering the Chinese Market? », *Wealth Magazine*, 25 mai 2012 ; Hsiao-Tzu Sun, « Cheng Hung-Yi Says Goodbye to the Big Talk News », *The Journalist*, 24 mai 2012.

20. The United Daily News Group New Media Lab, « Taiwanese Media under China's Great Firewall », avril 2015, http://p.udn.com.tw/upf/newmedia/2015_data/20150327_udnfirewall/udnfirewall/ (consulté le 7 mars 2017).

21. Entretien avec Lee Chih-Te.

22. Entretien avec Chen Hsiao-yi ; entretien avec Ni Yen-Yuan ; entretien avec Ho Jung-hsing ; entretien avec Su Tzen-ping ; entretien avec Lee Chih-Te.

propagande de l'autre côté du détroit. Selon le rapport d'enquête du Yuan de contrôle de Taiwan, alors que ces publicités étaient interdites sur l'île ⁽²³⁾, *China Times* et *UDN* ont accepté ces ressources financières illégales des gouvernements provinciaux et municipaux chinois et publié de nombreuses publicités déguisées en articles pour promouvoir le tourisme sur le continent au moins dès 2010 (Hung, Yang et Chen 2014, p. 13-19 ; Lee 2014, p. 121) ⁽²⁴⁾.

Le groupe Want Want a même établi l'agence Want Want-China Times Cultural Media à Pékin pour vendre à d'autres entreprises de médias à Taiwan des forfaits de publicités pour les autorités chinoises. Selon le rapport d'enquête de NewTalk, lorsque le gouverneur de la province chinoise du Fujian a visité Taiwan en mars 2012, le groupe Want Want-China Times a coopéré avec le plan de propagande du gouvernement provincial du Fujian et le gouvernement municipal d'Amoy, recevant de l'argent de Want Want-China Times Cultural Media pour publier une série de publi-reportages dans le *China Times* et ses journaux affiliés tout au long de la visite du gouverneur à Taiwan (Lee 2014, p. 118-127) ⁽²⁵⁾.

Capitaux

Le gouvernement chinois a également pesé sur les entreprises de médias taiwanaises par des prises de participation ou des acquisitions. En particulier, il a cherché à acheter des sociétés de médias taiwanaises avec des fonds publics. Comme l'a révélé Boxun dans ses rapports d'enquête fin 2010, le bureau des affaires taiwanaises a réservé une importante quantité de capitaux, au moins 300 millions de dollars US, avec l'objectif clairement identifié d'acheter des actions d'entreprises de médias taiwanaises telles que Television Broadcasts Satellite (TVBS) et des institutions affiliées du groupe UDN. Cependant, on soupçonne que cette vaste somme a finalement été détournée et transférée vers Taiwan, Hong Kong et d'autres pays avant 2007 ⁽²⁶⁾.

Le gouvernement chinois a également encouragé certains hommes d'affaires taiwanais ayant des intérêts commerciaux en Chine à prendre des parts dans des sociétés de médias taiwanaises. Prenons l'exemple du groupe Want Want. Spécialisé au départ dans la fabrication et la vente de crackers de riz à Taiwan, le groupe a commencé à exporter ses produits sur le marché chinois à partir de 1989, devenant le plus grand fabricant de gâteaux de riz et de lait aromatisé en Chine, avant d'y investir dans des hôtels, des hôpitaux, des compagnies d'assurance et des biens immobiliers ⁽²⁷⁾. De manière inattendue, le groupe Want Want a acheté le *China Times* en 2008 avant de fusionner avec China Television (CTV) et Chung Tien Television (CtiTV) en 2009. Dans une interview, Tsai Eng-meng a nié avoir été l'émissaire de Pékin lors de l'achat du groupe China Times, mais il a admis que le bureau des affaires taiwanaises avait tenté d'envoyer des agents dans ce sens ⁽²⁸⁾. Cependant, selon un haut responsable du gouvernement taiwanais, le bureau des affaires taiwanaises a effectivement coopéré avec un dirigeant du Kuomintang (KMT) pour convaincre Tsai Eng-meng d'acheter le groupe sous la direction du département de la propagande du PCC afin d'empêcher son acquisition par le groupe de média anti-communiste Next Media (Hsu 2014, p. 520). Après avoir acheté le *China Times* en novembre 2008, Tsai Eng-meng a immédiatement rencontré Wang Yi, responsable du bureau des affaires taiwanaises, en décembre 2008. À cette occasion, Tsai Eng-meng a confié à Wang Yi que l'un de ses objectifs en fusionnant avec le groupe China Times était de « faire progresser les relations sino-taiwanaises grâce au pouvoir des médias ». Wang Yi a répondu que le bureau des affaires taiwanaises soutiendrait de manière inconditionnelle les entreprises, du secteur alimentaire comme de celui des médias, du groupe Want Want ⁽²⁹⁾.

Probablement inspiré par l'expérience de patrons pro-Pékin à Hong Kong, certains dirigeants taiwanais ayant des intérêts commerciaux en Chine ont acquis des parts dans des médias à Taiwan pour accroître leur influence politique et recevoir des aides à l'investissement et autres faveurs commerciales de la part du gouvernement chinois ⁽³⁰⁾. Par exemple, après avoir fusionné avec le groupe China Times, Want Want a perçu de nombreux frais de publicité de la part des autorités chinoises, et sa filiale chinoise, Want Want China Holdings Limited, a également reçu 47 millions USD d'aides publiques chinoises en 2011, ce qui représentait 11,3 % de ses bénéfices nets ⁽³¹⁾. De plus, le groupe Want Want s'est efforcé d'obtenir des traitements de faveur du gouvernement chinois grâce à son influence médiatique. Par exemple, lorsque le Conseil des affaires de l'État a publié en novembre 2014 le document numéro 62 qui visait à annuler et à recouvrer tous les abattements fiscaux offerts par les gouvernements locaux aux investisseurs étrangers sans l'accord préalable du gouvernement central, le groupe Want Want a coopéré avec les six principales associations commerciales et industrielles de Taiwan, des associations d'entreprises taiwanaises en Chine et la Straits Exchange Foundation, financée par le gouvernement taiwanais, pour demander une exemption ou du moins une compensation pour la perte des avantages fiscaux précédemment accordés aux entreprises taiwanaises. En particulier, le groupe Want Want a organisé des conférences pour les entreprises taiwanaises en avril 2015 tout en couvrant largement ces événements dans ses publications papier et en ligne. En réponse, le Conseil des affaires de l'État a décidé en mai 2015 de restaurer tous les avantages que les gouvernements locaux avaient offerts ou accepté d'offrir aux entreprises taiwanaises.

En outre, probablement encouragé par le rapprochement de Tsai avec les autorités chinoises après l'achat du groupe China Times, certains hommes d'affaires taiwanais ont commencé à s'intéresser au secteur des médias taiwanais dans la perspective d'obtenir des avantages pour leurs entreprises en Chine (Cook 2013, p. 9 ; Hsu 2014, p. 534). Par exemple, le groupe Ting Hsin, le plus grand producteur de nouilles instantanées en Chine, a acquis China Network Systems à Taiwan en août 2014. De même, Wang Cher, président de la High-Tech Computer Corporation (HTC) (une société de télé-

23. Yuan législatif de Taiwan, « The Act Governing Relations between the People of the Taiwan Area and the Mainland Area », 2015, <http://lis.ly.gov.tw/iglawc/iglawkm> (consulté le 7 mars 2017).

24. Yuan de contrôle de Taiwan, « The Correction # 099教正0022 », 11 novembre 2010, <http://www.cy.gov.tw/sp.asp?xdurl=/CyBsBox/CyBsR2.asp&ctNode=911> (consulté le 7 mars 2017) ; « The United Daily Hired a Reporter for Embedded News in Mainland », *China Times*, 17 novembre 2012.

25. Chau-yi Lin, « Fujian Provincial Government's Embedded Advertisements on the China Times », *NewTalk*, 30 mars 2012, <http://newtalk.tw/news/view/2012-03-30/23697> (consulté le 7 mars 2017).

26. Boxun, « The Beijing Municipal Public Security Bureau Forestalled the Central Discipline Inspection Commission to Intervene in the Taiwan Affairs Office for the 300 Million USD Unaccounted for », *Boxun News*, 19 décembre 2010, <https://www.boxun.com/news/gb/china/2010/12/201012191327.shtml> (consulté le 7 mars 2017).

27. Brain Magazine, « How Did the China Times Lose Its Throne? », *Brain Magazine*, décembre 2008 ; Andrew Higgins, « Tycoon Prods Taiwan Closer to China », *The Washington Post*, 21 janvier 2012, https://www.washingtonpost.com/world/asia_pacific/tycoon-prods-taiwan-closer-to-china/2012/01/20/gIQAhsWmFQ_story.html (consulté le 7 mars 2017).

28. Hsi-ju Tien, « Taiwanese People Are Not Degraded When Becoming Chinese People! Tsai Eng-Meng: The Taiwan Affairs Office Did Send Someone to Buy the China Times, But Not Me. », *Wealth Magazine*, avril 2009.

29. Xing-Fei Lin, « Sir, We Purchased the China Times Group! », *CommonWealth Magazine*, 25 février 2009.

30. Entretien avec Chen Hsiao-yi ; entretien avec Su Tzen-ping.

31. Fathom China, « In Profile Subsidies: Public Funds for Private Firms », in GK Dragnomics Corporate Analysis, 2013 ; The Economist, « Perverse Advantage », *The Economist*, 27 avril 2013, <http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21576680-new-book-lays-out-scale-chinas-industrial-subsidies-perverse-advantage> (consulté le 7 mars 2017).

phonie mobile dont la fabrication et la vente sont en grande partie basées en Chine), a acheté un pourcentage important des actions du groupe TVBS Media en juin 2011, avant d'en prendre le contrôle total en janvier 2015. En bref, à l'instar des hommes d'affaires hongkongais et de Tsai Eng-meng, l'acquisition de médias à Taiwan est devenue un moyen privilégié pour défendre ses intérêts commerciaux en Chine.

Banalisation de l'autocensure à Taiwan

Intégrées aux marchés chinois de la diffusion, de la publicité et des capitaux, de nombreuses entreprises de médias taiwanaises ont été incitées à adapter leurs structures d'entreprise et de marché des médias aux règles de Pékin sur la communication de masse, et ce indépendamment de leurs positions sur l'indépendance et l'unification. De tels changements structurels ont à leur tour facilité, voire banalisé, l'autocensure des médias taiwanais et le traitement biaisé de certains sujets pour satisfaire les autorités chinoises.

Au niveau de la structure financière, de nombreuses entreprises de médias taiwanaises se sont de plus en plus appuyées sur leurs ressources financières en Chine, en particulier après les changements mentionnés ci-dessus en 2008 et 2011 (Chung 2012, p. 67-70). FTV et SET, notamment, ont redoublé d'efforts pour vendre des droits de diffusion et diffuser des émissions de télévision sur le marché chinois. Le groupe Want Want-China Times Media et UDN, entre autres, ont quant à eux reçu des revenus liés aux abonnements et à la publicité, ainsi que d'autres avantages spéciaux des autorités chinoises. Le groupe Want Want a même accepté des subventions du gouvernement chinois.

En ce qui concerne la structure organisationnelle, les services éditoriaux ont été enjointes de plus en plus fortement à coopérer avec les propriétaires, le département commercial ou celui de la programmation, à abandonner au moins en partie leur indépendance éditoriale et à exercer une autocensure sur les sujets sensibles pour assurer la continuité des ressources financières en provenance de Chine. Dans le groupe Want Want-China Times Media, le personnel et les entreprises impliquées dans les activités liées aux relations sino-taiwanaises au *China Times* ont même été transférés du service politique vers les bureaux de Chine continentale dans les deux ans suivant la fusion de 2008. Les articles sur la Chine et les relations sino-taiwanaises sont ainsi passés sous le contrôle direct du nouveau propriétaire et des managers de haut niveau⁽³²⁾. De plus, un nouveau journal, le *Want Daily*, a également été créé par le groupe en août 2009 pour diffuser des informations concernant la Chine et les relations sino-taiwanaises et favoriser la compréhension mutuelle de part et d'autre du détroit.

On pouvait discerner deux types d'autocensure au cours du processus éditorial : le premier s'exerçait par le haut lorsque le propriétaire transmettait explicitement ou implicitement ses idées sur les contenus par l'intermédiaire du rédacteur en chef, des chefs de service et autres managers de haut niveau à l'occasion de réunions hebdomadaires ou autres moyens plus informels. Le deuxième s'exerçait par le bas lorsque les journalistes et les rédacteurs identifiaient par eux-mêmes les idées du propriétaire et modifiaient les articles et les contenus d'opinion pour le satisfaire. Initialement, le fonctionnement de l'un ou l'autre modèle reposait en grande partie sur le fait que le propriétaire décidait dans une large mesure de l'avenir et de la carrière des employés au sein de son entreprise⁽³³⁾. Cependant, par un processus quotidien de socialisation avec la hiérarchie, cette autocensure est devenue une culture à laquelle les journalistes et les rédacteurs se sont

habitués, ont pris pour acquise et ont finalement respectée sans plus se poser de question (Kawakami 2015, p. 19).

Grâce à ces ajustements dans la structure même des entreprises, les contenus médiatiques de nombreux organismes d'informations taiwanais ont été partiellement biaisés en faveur des autorités chinoises. Ces biais se sont plutôt produits dans des entreprises de médias déjà implantées sur le marché chinois plutôt que dans celles qui ne l'étaient pas encore. Par exemple, Tsai Eng-meng a été soupçonné d'exercer une pression éditoriale de plus en plus forte pour minimiser ou dissimuler les informations liées aux événements de Tian'anmen, à l'indépendance du Tibet, à l'autonomie du Xinjiang et au Falun Gong dans les articles et contenus d'opinion du *China Times*⁽³⁴⁾ tout en encourageant la couverture des « bons côtés » de la Chine, contribuant ainsi à la « compréhension mutuelle » et au « développement harmonieux » de part et d'autre du détroit⁽³⁵⁾. Selon les travaux de Chang Chin-Hwa, *China Times* et UDN, en tant que journaux acceptant les publi-reportages provenant des autorités chinoises, ont eu tendance à adopter une approche plus attentive et plus positive des informations sur les dirigeants chinois et leurs visites officielles à Taiwan par rapport aux deux grands autres quotidiens (à savoir l'*Apple Daily* et le *Liberty Times*) (Chang Chin-Hwa 2011 ; Hung, Yang et Chen 2014). De même, lors de sa couverture des conflits au Xinjiang, *China Times* et UDN ont également clairement eu plus tendance, par rapport à leurs deux principaux concurrents, à se conformer à la version officielle chinoise. Concrètement, 100 % et 77,78 % des articles du *China Times* et d'UDN étaient basés exclusivement sur des sources d'informations chinoises officielles. En outre, 100 % et 83,33 % des articles du *China Times* et d'UDN imputaient entièrement la responsabilité des conflits aux manifestants, plutôt qu'au régime chinois. En outre, aucun des deux journaux n'a fait part de points de vue contradictoires dans les reportages : les violations des droits de l'homme commises par l'État en particulier, notamment sur la liberté, l'application de la loi et l'autonomie ethnique, étaient rarement mentionnées (Chang Chin-Hwa 2015). La situation était encore pire dans les pages d'opinion. La page d'opinion du *China Times*, traditionnellement considérée comme une sphère de liberté pour le débat public, est maintenant vue comme un « espace d'expression du gouvernement chinois » qui ne se cache plus pour soutenir les points de vue officiels de la RPC, défendre l'image de Pékin et de ses dirigeants, voire réfuter les points de vue de la majorité taiwanaise⁽³⁶⁾.

Un phénomène similaire s'est produit dans les médias pro-taiwanais. Selon un journaliste de la chaîne SET, en réponse à une menace de Pékin de cesser la diffusion de sa fiction en Chine, la direction a appliqué à son service d'information un principe implicite de réduction des sujets sur Tian'anmen, l'indépendance du Tibet et le Falun Gong en 2008⁽³⁷⁾. Un rapport de recherche a révélé que SET a présenté de moins en moins de nouvelles sur Tian'anmen chaque année, et ce dès 2010 (Hung, Yang et Chen 2014, p. 19-23).

En ce qui concerne la structure du marché, la présence accrue des actionnaires pro-Pékin a renforcé la concentration et la convergence des médias

32. Entretien avec Huang Jhe-Bin, ancien journaliste et rédacteur au *China Times*, Taipei, 16 juin 2014 ; Entretien anonyme avec un rédacteur du *China Times*, Taipei, 14 juillet 2014.

33. Entretien avec Ni Yen-Yuan ; entretien avec Wang Chien-chuang, ancien rédacteur en chef et président du *China Times*, Taipei, 24 juillet 2014.

34. Entretien avec Tsai Chi-Ta, ancien rédacteur des pages opinion du *China Times*, Taipei, 17 juin 2014 ; entretien avec Ni Yen-Yuan ; entretien avec Wang Chien-chuang.

35. Entretien avec Yo Wan-chi, ancien journaliste du *China Times*, Taipei, 22 mai 2014 ; entretien anonyme avec un cadre du groupe Want Want-China Times, Taipei, 13 juin 2014.

36. Entretien avec Tsai Chi-Ta ; entretien avec Wang Chien-chuang.

37. Entretien anonyme avec un journaliste de SET, 30 juillet 2014.

dans de vastes conglomérats à Taiwan. En particulier, après avoir acheté le *China Times* en 2008 et fusionné avec CTV et CtiTV en 2009, le groupe Want Want s'est porté acquéreur de China Network Systems en 2011. Bien que cette proposition ait finalement été rejetée par la Commission nationale des communications de Taiwan en 2013, le groupe est parvenu à renforcer sa position de conglomérat possédant plusieurs types de médias. De telles opérations de fusion et acquisition ont été considérées par de nombreux observateurs comme une menace pour la diversité des informations et des opinions offertes au public taïwanais³⁸. Par exemple, lorsque la proposition du groupe Want Want de fusionner avec China Network Systems a provoqué une manifestation de grande ampleur contre la concentration des médias à Taiwan, le 31 juillet 2012, la plupart des chaînes de télévision par câble n'en ont pas parlé de peur d'offenser le géant de la presse (Chung 2012, p. 81-84). Les inquiétudes du public à l'égard de la concentration et des biais des médias ont provoqué, à leur tour, des débats législatifs sur la formulation d'une loi contre le monopole des médias dès janvier 2013. Ces débats sont toujours en cours.

Conclusion

Cet article a proposé un cadre théorique visant à systématiser la façon dont le gouvernement chinois étend son influence sur les médias situés en dehors de sa juridiction. Il montre qu'une entreprise de médias en dehors de Chine exercera une autocensure sur des sujets considérés comme sensibles en Chine lorsqu'elle est commercialement liée au marché chinois. Avec les données d'archive et les entretiens menés à Taiwan, une étude de cas basée sur la méthode du traçage de processus a été menée sur le groupe Want Want-China Times Media, UDN, FTV et SET, entre autres entreprises de médias taïwanaises. L'étude de cas confirme dans les grandes lignes la théorie proposée.

Les résultats peuvent être résumés de la façon suivante : tout d'abord, au niveau international, en tant que puissance régionale montante, la Chine s'est efforcée de rendre Taiwan économiquement dépendante pour faciliter la diffusion de sa propagande hégémonique et d'unification vers Taiwan. Deuxièmement, au niveau sectoriel, en raison de la dépendance économique croissante de Taiwan à l'égard de la Chine, le gouvernement chinois a eu plus d'opportunités de coopter des propriétaires de médias taïwanais en tant que collaborateurs locaux en leur offrant des intérêts financiers sur les marchés chinois de la diffusion, de la publicité et des capitaux. Cette cooptation financière a fonctionné à la fois sur les médias pro-unification et sur les médias pro-indépendance à Taiwan. Troisièmement, au niveau des entreprises, le gouvernement chinois, assisté par les propriétaires de médias taïwanais, a encouragé et banalisé l'autocensure sur les sujets sensibles en demandant aux entreprises de médias taïwanaises d'adapter leurs structures d'entreprise et de marché aux politiques de communication de masse de Pékin. À travers ces trois étapes, le gouvernement chinois a réussi à « externaliser » sa censure vers des sociétés de médias privées à Taiwan.

Cet article a plusieurs implications. Tout d'abord, il fait écho au modèle de Kurlantzick et Link de « commercialisation de la censure », ainsi qu'au modèle de Wu Jieh-min sur les mécanismes d'influence du « facteur Chine ». En intégrant les deux modèles dans un même cadre théorique, cet article étend la « commercialisation de la censure » au-delà des frontières chinoises au niveau international, et il applique le « facteur Chine » aux médias de masse de Taiwan. Le cadre théorique proposé est donc potentiellement applicable à d'autres pays dont les médias sont susceptibles de souffrir d'une censure provenant de Chine.

Deuxièmement, les résultats de l'article ne sont pas seulement pertinents pour Taiwan, mais peuvent également s'appliquer à de nombreux autres pays qui ont été ou seront soumis à l'influence économique de la Chine. Compte tenu de la montée en puissance économique de la Chine, les inquiétudes concernant l'impact potentiel de ce pays sur les droits de l'homme et la démocratie chez ses voisins, et même mondialement, sont de plus en plus vives (Link 2002 ; Diamond 2009 ; Kurlantzick et Link 2009 ; Ambrosio 2010 ; Wu 2012 ; Kurlantzick 2013 ; Pillsbury 2015 ; Nathan 2015). Si cet impact se concrétise, Taiwan, en tant que pays pour lequel l'intérêt de la Chine est le plus intense, sera très probablement le premier affecté. Par conséquent, la valeur de cet article peut aller au-delà de Taiwan en s'appliquant à de nombreux autres pays dont les niveaux de liberté des médias sont susceptibles de souffrir des liens économiques accrus avec la Chine.

Enfin, pour les États démocratiques autour de la Chine, une implication politique de l'article pourrait être de concevoir des institutions pour protéger les médias contre toutes formes d'interventions inappropriées, non seulement des pouvoirs publics et des forces du marché au niveau national, mais aussi des forces politiques et économiques de l'étranger. Par exemple, alors que les médias de Taiwan ont cessé le publi-reportage dès 2011, certains ont poursuivi ces pratiques financées par les autorités chinoises via des sous-contrats avec des entreprises taïwanaises. Il semble nécessaire que les États démocratiques établissent des institutions plus aptes à résister aux interventions politiques extérieures qui s'exercent à travers des activités économiques dans les médias.

■ Traduit par Camille Richou

■ Huang Jaw-nian est maître de conférences au Graduate Institute of China Studies de la Tamkang University.

Graduate Institute of China Studies, Tamkang University, No. 151 Yingzhuan Rd., Tamsui Dist., New Taipei City 25137, Taiwan.
(jnhuang@mail.tku.edu.tw).

Article soumis le 6 décembre 2016. Accepté le 16 mars 2017.

38. Yuan législatif, « The Market Share Rate of The Want Want-China Times Group and the China Network Systems », *The Legislative Yuan Gazette*, vol. 100, n° 74, novembre 2011, p. 252 ; Hui-Lin Lin, Lihyun Lin, Chen-Ling Hung, Chinghua Chang, Kuo-Chang Huang, et Show-Ling Jang, « 12 Reasons for Rejecting Media Monster! », Center for Public Policy and Law of National Taiwan University, 2012, p. 4-6.

Références

- AMBROSIO, Thomas. 2010. « Constructing a Framework of Authoritarian Diffusion: Concepts, Dynamics, and Future Research ». *International Studies Perspectives* 11 (4) : 375-92.
- CHANG, Chin-Hwa. 2011. « Analysis of the News Placement and Coverage of Three Chinese Buying Groups by Taiwan's Four Main Newspapers from the Perspective of van Dijk's Discourse and Manipulation Theory ». *Chinese Journal of Communication Research* 20 : 65-93.
- CHANG, Chin-Hwa. 2015. « How Different Newspapers Cover Xingjian Conflicts from Human Right Perspective? A Frame Analysis of 10 Newspapers from Taiwan, Hong Kong, Mainland China, Britain and Unites States ». *Mass Communication Research* 125 : 1-47.
- CHANG, Mau-Kuei. 2011. « Advocating of the Perspective of 'China Impact Studies' ». *Taiwanese Sociological Association Communication* 72 : 25-30.
- CHEN, Ping-Hung. 2006. « Market Entry Modes and Determinants of Taiwanese Media Firms into Mainland China ». *Mass Communication Research* 89.
- CHUNG, Nien-huang. 2012. *My Life Experience in the Big Talk News*. Taipei : Avant-garde.
- COOK, Sarah. 2013. *The Long Shadow of Chinese Censorship: How the Communist Party's Media Restrictions Affect News Outlets Around the World*. Washington, DC : The Center for International Media Assistance, National Endowment for Democracy.
- DIAMOND, Larry. 2009. « The Shape of Global Democracy ». *Brown Journal of World Affairs* 15 (2) : 77-86.
- GAT, Azar. 2007. « The Return of Authoritarian Great Powers ». *Foreign Affairs* 86 : 59-69.
- GEORGE, Alexander L., et Andrew BENNETT. 2005. *Case Studies and Theory Development in the Social Sciences*. Cambridge, MA : Harvard Kennedy School. 205-32.
- HSU, Chien-Jung. 2014. « China's Influence on Taiwan's Media ». *Asian Survey* 54 (3) : 515-39.
- HUNG, Yao-nan, Hsiu-Jing YANG et Chun-Wei CHEN. 2014. *How Did China Factor Influence Taiwanese Media?* Taipei : Graduate Institute of National Development, National Taiwan University.
- KAWAKAMI, Momoko. 2015. « Political Permeation under the Market Mechanism: The Mechanisms of China's Influence in the Taiwanese Media Industry ». *Taiwanese Sociological Association Communication* 83 : 17-20.
- KURLANTZICK, Joshua, et Perry LINK. 2009. « China: Resilient, Sophisticated Authoritarianism ». In Christopher Walker (éd.), *Undermining Democracy: 21st Century Authoritarians*. Washington, DC : Freedom House. 13-28.
- KURLANTZICK, Joshua. 2013. *Democracy in Retreat: The Revolt of the Middle Class and the Worldwide Decline of Representative Government*. New Haven, Conn. et London : Yale University Press.
- LEE, Chih-Te. 2014. *Journey Without Destination*. New Taipei : Gusa.
- LINK, Perry. 2002. « The Anaconda in the Chandelier: Chinese Censorship Today ». *The New York Review of Books* (11 avril).
- MA, Ngok. 2007. « State-Press Relationship in Post-1997 Hong Kong: Constant Negotiation Amidst Self-Restraint ». *The China Quarterly* 192 : 949-970.
- NATHAN, Andrew J. 2015. « China's Challenge ». *Journal of Democracy* 26 (1) : 156-70.
- PILLSBURY, Michael. 2015. *The Hundred-Year Marathon: China's Secret Strategy to Replace America as the Global Superpower*. New York : Henry Holt and Co.
- SARTORI, Giovanni. 1970. « Concept Misformation in Comparative Politics ». *The American Political Science Review* 64 (4) : 1033-53.
- SCIUTTO, James E. 1996. « China's Muffling of the Hong Kong Media ». *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 547 : 131-43.
- SHIAU, Chyuan-jenq. 2004. « On the 'Peaceful Rise' of China ». *Political Science Review* 22.
- TUNG, Chen-Yuan. 2011. « The Cross-Strait Economic Cooperation Framework Agreement: Controversy and Effects ». *Journal of National Development Studies* 11 (1).
- WU, Jieh-min. 2012. *The Third View of China*. Taipei: Taiwan, Rive Gauche.
- WU, Jieh-min. 2015. « The China Factor and Its Local Collaboration Mechanisms: An Analytical Framework ». *Taiwanese Sociological Association Communication* 83 : 5-8.
- WU, Jieh-min. 2016. « The China Factor in Taiwan: Impact and Response ». In Gunter Schubert (éd.), *Handbook of Modern Taiwan Politics and Society*. New York, NY : Routledge. 425-45.