

Le porte-parole du ministère chinois des Affaires étrangères, Zhao Lijian, répond à une question lors du point de presse quotidien à Pékin le 8 avril 2020.

GREG BAKER/AFP VIA GETTY IMAGES



## TWITTER (Autorités chinoises)

Des centaines de fonctionnaires chinois – y compris des diplomates ainsi que le personnel des ambassades et des consulats – travaillent conjointement pour diffuser de la désinformation sur des comptes Twitter.



Un robot du PCC suspecté sur Twitter.

CAPTURE D'ÉCRAN CHENST3KK VIA TWITTER

## TWITTER (Robots chinois)

Les robots du PCC ont envahi Twitter pour attaquer l'Occident et répandre la propagande des autorités chinoises. Ces comptes ont publié « plus de 32 000 messages liés au COVID-19 sur diverses plateformes occidentales ».

de médias sociaux » entre le 9 janvier et le 9 mars, selon un rapport du Insikt Group.

Le Département d'État américain a récemment découvert un réseau « coordonné » de robots sur Twitter, conçu pour disséminer la désinformation du régime chinois. Des milliers de faux comptes Twitter soutenant les ambassades et les diplomates chinois dans la diffusion de désinformation ont été identifiés.

Capture d'écran d'un Tweet de l'OMS sur Twitter qui répercute les informations en provenance du régime chinois.

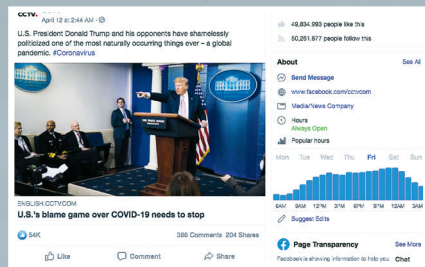
IGOR MOSKALENKO/SHUTTERSTOCK

plateforme a « largement censuré les contenus liés au coronavirus (y compris des informations essentielles et neutres) et que la portée de la censure s'est élargie en février 2020 ». Selon Citizenlab, cette censure sévère peut « entraver la communication essentielle d'informations sur la maladie et sa prévention ».

## WECHAT

La censure de la plus populaire application de messagerie sociale chinoise, WeChat, affecte également les Chinois dans les pays occidentaux.

Un rapport de Citizenlab de l'université de Toronto révèle que la



Un post sur Facebook de la chaîne de télévision d'État chinoise CCTV

CAPTURE D'ÉCRAN CCTV VIA FACEBOOK

## FACEBOOK (Médias d'État)

Les éditions internationales des médias d'État chinois tels que *Global Times*, *Xinhua News*, *China Daily* et *CCTV* propagent sur Facebook des articles élogieux de la gestion de la pandémie par la Chine.

La page Facebook du *Global Times* est suivie par plus de 54 millions de personnes. De nombreuses publications utilisent des hashtags antiaméricains.

Par ailleurs, un post sur Facebook du 12 avril de *CCTV* déclarait : « Le président américain Donald Trump et ses adversaires ont politisé sans vergogne l'une des choses les plus naturelles qui soit : une pandémie mondiale. »



Publicité d'un média d'État chinois sur Facebook

CAPTURE D'ÉCRAN GLOBAL TIMES VIA FACEBOOK

## FACEBOOK (Publicités)

Le PCC utilise les publicités sur les comptes Facebook, Instagram et Twitter des médias d'État pour diffuser sa propagande. Alors que, jusqu'en 2019, ces publicités affichaient principalement « des images amicales de pandas et de chatons [...] et amplifiaient des histoires politiques réconfortantes », elles ont pris un tournant marqué depuis le début de la pandémie.

Certaines sèment le doute sur l'origine du virus à Wuhan, selon Renée DiResta, responsable de la recherche technique de l'Observatoire Internet de Stanford.

Ainsi, selon les médias chinois, le Covid-19 serait apparu en Europe puis aurait été transmis en Chine par l'Italie. Dans d'autres publications, il aurait été importé par des militaires américains. Des articles récents des médias d'État chinois évoquent maintenant la possibilité d'un virus importé via des surgelés. Une campagne de désinformation promue ensuite sur les réseaux sociaux.

# LA GUERRE DE PROPAGANDE SUR LE VIRUS DU PCC

Le régime chinois mène une campagne agressive de propagande sur le virus et utilise un vaste spectre de canaux de communication



Capture d'écran d'un Tweet de l'OMS sur Twitter qui répercute les informations en provenance du régime chinois.

CAPTURE D'ÉCRAN OMS VIA TWITTER

## INFLUENCER LES INSTITUTIONS

L'Organisation mondiale de la santé (OMS) a été de plus en plus critiquée pour la lenteur de sa réaction face à l'épidémie, sa réticence à émettre des restrictions de voyage à destination et en provenance de la Chine et son acceptation pure et simple des

informations fournies par le régime communiste malgré de nombreux signaux d'alarme.

Dans un Tweet du 14 janvier, l'OMS diffuse la propagande du régime chinois selon laquelle « les enquêtes préliminaires menées par les autorités chinoises n'ont pas trouvé de preuve évidente de transmission interhumaine du nouveau #coronavirus (2019-nCoV) identifié à #Wuhan, en #Chine ».

## SOFT POWER À LA CHINOISE

Pour faire figure de leader mondial et promouvoir une image positive du régime, le PCC a expédié du matériel médical, tels que des masques et du matériel de dépistage, dans le monde entier.

Plusieurs pays se sont plaints d'avoir reçu des fournitures médicales de mauvaise qualité de la Chine.

BJOERN WYLEZICH (AVION CARGO); TUNAROW (BOÎTE DE MASQUE)/SHUTTERSTOCK

Cependant, les réactions des pays ont été mitigées, plusieurs se sont plaints de la mauvaise qualité de ces équipements inutilisables.

« Après une première vague de publicité positive, le narratif de l'aide chinoise en Europe s'est dégradé », a déclaré Peter Rough, chercheur principal à l'Institut Hudson, à *Epoch Times*.



Une vidéo de propagande partagée par le compte Twitter de l'ambassade de Chine en France.

CAPTURE D'ÉCRAN AMBASSADE DE CHINE EN FRANCE VIA TWITTER

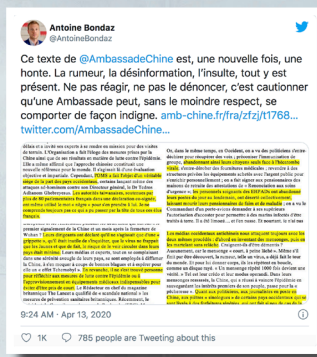
## VIDÉOS DE PROPAGANDE

Le PCC adapte constamment ses messages de désinformation pour les rendre plus viraux et percutants. L'une de ses tactiques consiste à utiliser des vidéos humoristiques sur des sujets spécifiques.

L'une de ces vidéos, publiée par

l'ambassade de Chine en France s'intitule « *Once Upon a Virus* », un court métrage d'animation monté avec soin et utilisant des blocs Lego, qui présente les efforts de la Chine sous un jour positif et ceux des États-Unis sous un jour négatif. La vidéo a été vue 2,4 millions de fois sur Twitter et plus de 28 000 fois sur d'autres sites.

Dans sa guerre de propagande, le régime chinois utilise ce type de vidéos comme moyen pour répandre rapidement ses idées dans la société.



Le texte accuse le personnel soignant français des établissements pour personnes âgées (Ehpad) d'avoir « abandonné leurs postes du jour au lendemain (...) laissant mourir leurs pensionnaires de faim et de maladie ».

## LA DIPLOMATIE TRADITIONNELLE

Face à la pandémie, le PCC continue d'utiliser ses canaux diplomatiques habituels pour faire pression sur les pays occidentaux. Par exemple, l'ambassadeur de Chine à Paris a publié le 12 avril sur son site un long texte accusant les Occidentaux de dénigrer injustement la Chine

après avoir qualifié la maladie Covid-19 de « *grippette* » au début de l'épidémie.

Le ministère français des Affaires étrangères Jean-Yves Le Drian l'avait convoqué pour lui faire connaître clairement sa désapprobation suite à ses accusations. Il a fait référence à la manière décomplexée de l'ambassadeur de mettre en avant la victoire du régime chinois sur le Covid-19 et de critiquer la gestion occidentale.



Un post sur Facebook du *Global Times* qui renvoie à un article critiquant les États-Unis.

CAPTURE D'ÉCRAN GLOBAL TIMES VIA FACEBOOK

## EXPLOITER LES AUTRES MÉDIAS

Le PCC a diffusé des articles d'actualité en provenance d'autres médias pour redorer son image. Par exemple, la page Facebook du *Global Times* a publié une capture d'écran d'un article du *Financial Times* qui critiquait les États-Unis, en écrivant dans son post : « Le rédacteur en chef de The Lancet, Richard Horton,

a déclaré dans une interview au *Financial Times* que "l'idée que la Chine devrait payer des dédommagements pour les pertes économiques qui résultent [de la pandémie] est ridicule". »

Le PCC a également diffusé sa propagande à travers des encarts publicitaires d'autres journaux à la gloire de la Chine, tel qu'il l'a fait avec ses publiereportages « *China Watch* » insérés dans le *Washington Post*, le *New York Times* ou encore *Le Figaro*.