

Pratiques journalistiques et stratégies diplomatiques : le cas des médias francophones vietnamiens

Thi Huong Dang, Université Laval

RÉSUMÉ

Dans le cadre du processus d'intégration internationale, l'État-parti et le gouvernement vietnamiens attachent une importance de premier plan à la présentation de l'image nationale sur la scène mondiale. Cette recherche examine de quelle façon les pratiques journalistiques des médias francophones vietnamiens participent à la présentation et la promotion de l'image du Vietnam auprès du public francophone international, tout en faisant face à des contraintes et défis professionnels. En s'appuyant sur des entretiens semi-dirigés avec six responsables et six journalistes, l'étude met en évidence les liens étroits entre ces médias et le pouvoir politique, ainsi que l'influence de l'agenda politique sur la production et la diffusion des contenus médiatiques destinés à l'étranger.

ABSTRACT

As part of the international integration process, the Vietnamese party-state and government consider the promotion of the national image on the global stage to be one of their top priorities. This study examines the contributions of the journalistic practices of francophone media in spreading the nation's image to the international francophone public while facing certain professional constraints and challenges. Based on semi-structured interviews with six managers and six journalists, the study highlights the close links between these media and political power. It also points out the influence of the political agenda on the production and dissemination of media content aimed at foreign audiences.

Introduction

Au Vietnam, la presse, désignée sous le terme de « presse révolutionnaire » (*Báo chí cách mạng*), est historiquement perçue comme un outil idéologique et culturel¹ du Parti communiste vietnamien (PCV). L'idée selon laquelle « les journalistes sont les soldats révolutionnaires² », illustre la conception d'un journalisme engagé, qui a émergé dans le contexte de la diffusion du marxisme-léninisme et de la lutte idéologique visant à défendre les principes communistes. Aujourd'hui, bien que son rôle évolue, la presse continue de participer activement à la construction et à la défense de la nation, en accompagnant les réformes initiées dans le cadre du processus de Rénovation (*Đổi mới*)³, avec l'objectif de favoriser un développement économique et social équilibré et durable (Dao, Do et Vu, 2010). Au fil des années, le système médiatique vietnamien n'a cessé de se développer, avec une augmentation de nombre de publications, que ce soit à radio, à la télévision, dans la presse quotidienne, les magazines ou les médias numériques. Parallèlement, le développement des technologies de l'information, la montée en puissance des médias sociaux et des fournisseurs de plateformes, le recours à l'intelligence artificielle ont transformé le paysage journalistique et médiatique. Face à ces mutations, les autorités ont entrepris une réforme structurelle visant à améliorer la qualité des contenus et à clarifier le rôle de chaque média. La Résolution n° 57-NQ/TW du Politburo, adoptée le 22 décembre 2024, a ainsi conduit à une réorganisation significative, entraînant la suppression de 58 journaux et la restructuration ou la dissolution de 115 magazines. Cette réforme illustre l'influence déterminante des autorités sur la direction et l'orientation des médias, en encadrant leur fonctionnement et en redéfinissant leur rôle au sein du paysage médiatique national⁴.

En effet, les médias vietnamiens sont appelés à remplir les missions qui leur sont confiées, notamment en matière d'orientation de l'opinion publique et de renforcement de la confiance du peuple avec le Parti et l'État. En même temps, les médias jouent un rôle clé dans la diplomatie publique⁵, en servant de pont pour la communication à l'échelle internationale, en renforçant la coopération et la solidarité avec d'autres nations, et en contribuant à rehausser le prestige, le rôle et la position du Vietnam sur la scène mondiale. La Loi de la presse du Vietnam, adoptée en 1989

¹ La presse révolutionnaire a été remarquée par la naissance du journal Thanh Niên, créé le 21 juin 1925 par Hồ Chí Minh. Cette journée est devenue la Journée de la presse révolutionnaire du Vietnam, selon la Décision no 52, le 5 février 1985, par le Comité central de secrétariat du Parti communiste du Vietnam afin de renforcer la responsabilité sociale des médias, resserrer le lien entre les médias et le public, intensifier le rôle de la direction du Parti communiste vers les médias. Source: Nhân Dân, « Báo Thanh Niên. Dấu mốc của sự ra đời Báo chí Cách mạng Việt Nam ». (Le journal Thanh Niên. Jalons de la naissance de la Presse révolutionnaire du Vietnam), 6 mars 2025. En ligne : [\[nhandan.vn\]](http://nhandan.vn)

² Nguyễn, Hồng Vinh, « La presse est une arme tranchante, les journalistes sont des soldats pionniers » (*Báo chí là vũ khí sắc bén, nhà báo là chiến sĩ xung kích*), Nhân Dân, publié le 29 septembre 2021, consulté 25 mars 2025. En ligne : [\[nhandan.vn\]](http://nhandan.vn)

³ Rénovation ou Renouveau (en vietnamien : *Đổi mới*) souligne un programme de réforme global, en particulier dans les domaines de l'économie, de la politique et de la société. Ce programme a été initié par l'ancien secrétaire général Nguyễn Văn Linh et a été officiellement approuvé lors du 6^e Congrès du Parti communiste du Vietnam en 1986.

⁴ TEXTE INTÉGRAL : Résolution 57-NQ/TW sur le développement scientifique, technologique, l'innovation et la transformation numérique à l'échelle nationale (*TOÀN VĂN: Nghị quyết 57-NQ/TW về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia*), Gouvernement. En ligne] xaydungchinhhsach.chinhphu.vn, consulté le 26 mars 2025.

⁵ La diplomatie publique occupe une place de plus en plus importante dans les relations internationales du Vietnam dans le but d'accroître la réputation nationale du pays ou de diffuser une bonne image de marque nationale dans le monde. Ce qui a été déterminé lors du XI^e Congrès du Parti communiste vietnamien, en 2011.

et révisée en 2016, définit le rôle, les fonctions et les devoirs des médias : « La presse de la République socialiste du Vietnam est un moyen de communication essentiel pour la vie sociale ; est le porte-parole du Parti, de l'État, des organisations politiques, sociales et professionnelles ; est le forum des habitants⁶ ». Contrairement à d'autres systèmes médiatiques où coexistent des médias privés et indépendants, le paysage médiatique vietnamien demeure sous la supervision de l'État et du Parti communiste. Comme le souligne Nguyen-Pochan (2018), « il n'existe pas de presse privée, tous les médias sont sous le contrôle strict du PCV et de la censure étatique ». Cette orientation est réaffirmée par la directive n°37 du Premier ministre : « Il est essentiel de ne pas privatiser la presse sous quelque forme que ce soit et de ne laisser aucune organisation ou aucun individu profiter et dominer la presse pour servir ses propres intérêts, nuire aux intérêts du pays⁷ ».

Dans le contexte médiatique placé sous l'autorité du Parti communiste, la liberté d'expression est limitée et il est interdit de publier ou partager des informations qui vont à l'encontre des intérêts nationaux. Selon le classement mondial de la liberté de la presse établi par Reporters sans frontières en 2024, le Vietnam se situe au 174^e rang sur un total de 180 pays et territoires⁸. Toutefois, dans les médias étatiques, le rôle des journalistes s'inscrit avant tout dans une mission de service à l'État, en accord avec les intérêts nationaux. Leur travail s'effectue dans le respect des cadres législatifs vietnamiens, de la Convention de la presse, des réglementations relatives aux médias destinés à un public étranger et des lignes éditoriales établies (Dang, 2020).

Cette étude s'intéresse spécifiquement aux pratiques journalistiques des acteurs clés évoluant au sein des médias francophones vietnamiens, qui ont pour mission d'informer un public francophone international. Ces professionnels, travaillant pour des médias relevant d'institutions publiques, participent à la diffusion d'information à l'étranger. Cette étude se place dans un contexte de l'intégration mondiale du Vietnam, où le pays cherche à renforcer sa visibilité sur la scène internationale, en façonnant son image et en affirmant sa position géopolitique. La promotion de son image nationale, perçue comme un levier de *soft power*⁹, est ainsi au cœur de sa stratégie de communication internationale.

L'objectif de cette recherche consiste à comprendre de quelle façon les pratiques journalistiques des médias francophones vietnamiens contribuent à la présentation et la promotion de l'image du Vietnam auprès du public francophone international, tout en tenant compte des contraintes et défis rencontrés dans leur travail professionnel. Pour ce faire, une série d'entretiens semi-dirigés a été réalisée auprès de six responsables et six journalistes de ces médias. Ces entretiens permettent de mettre en lumière les interactions entre les journalistes et les dirigeants, ainsi que l'influence des orientations de l'État-parti sur l'agenda médiatique dans le processus de production et de diffusion de l'image nationale à l'étranger. Ils permettent également d'appréhender la perception de ces

⁶ Notre traduction de « Báo chí ở nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là phương tiện thông tin thiết yếu đối với đời sống xã hội; là cơ quan ngôn luận của cơ quan Đảng, cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức chính trị xã hội - nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp ; là diễn đàn của Nhân dân ». La Loi de la presse, Hanoi, Maison d'édition Politique nationale – Vérité, 2017, article 4, p. 8.

⁷ La Directive n° 37/2006/CT-TTg du Premier ministre Nguyễn Tấn Dung relative à la mise en œuvre des conclusions du Politburo sur un certain nombre de mesures visant à renforcer la direction et la gestion de la presse, 29 novembre 2006. [En ligne] tulieuvankien.dangcongsan.vn, consulté le 11 juin 2022.

⁸ [En ligne] <https://rsf.org/fr/pays/vietnam>, consulté le 25 mars 2025.

⁹ Joseph Nye définit le *soft power* comme « the ability to affect others and obtain the outcomes one wants through attraction than coercion or payment » (Nye, 2008, p. 94).

professionnels quant aux pratiques journalistiques dans un environnement médiatique sous le contrôle du parti unique.

Cadre théorique

Le terme « *Báo chí đối ngoại* » apparaît souvent dans les documents officiels du Vietnam. Selon le dictionnaire vietnamien, « *báo chí* » – « médias », « *đối ngoại* » – signifie des lignes, des politiques du Vietnam à l'étranger. Il me semble que « *Báo chí đối ngoại* » rassemble la notion de « médias diplomatiques » ou « médias internationaux » qui est utilisée comme les médias de service public de l'État et destinée au public international. Pour les dirigeants vietnamiens, ces médias font partie intégrante de la politique extérieure du pays et jouent un rôle significatif dans le processus d'intégration internationale. Dans les stratégies diplomatiques du Vietnam, « l'information pour l'étranger est une partie très importante de la propagande et des orientations du Parti communiste ; il s'agit d'une fonction essentielle et à long terme¹⁰. » En outre, selon la Décision du Premier ministre n° 2434/QĐ-TTg en 2016 sur l'approbation de la planification du système des médias internationaux jusqu'en 2020, avec une orientation jusqu'en 2030, « les médias internationaux sont un des domaines importants de l'information externe, une partie de la propagande et du travail idéologique du Parti ». Les médias internationaux vietnamiens, entièrement rattachés à des institutions publiques et placés sous la supervision des autorités, ont pour mission de relayer les priorités diplomatiques du pays. Ils occupent une place stratégique dans la communication internationale du gouvernement et visent, entre autres, à informer le public étranger sur les politiques nationales et à promouvoir l'image du Vietnam à l'international (Luu, 2019).

Membre de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) depuis 1979, le Vietnam considère la communauté francophone comme un espace politique, économique et culturel diversifié, dans lequel le pays bénéficie de plus d'opportunités quant au renforcement de sa position et de son intégration au sein de la scène internationale (Do Benoit, 2011). L'adhésion aux institutions francophones permet au Vietnam de renforcer ses relations bilatérales avec des pays membres tels que la France, le Canada, la Suisse, et certains pays africains (Journoud, 2013), tout en bénéficiant de soutiens économiques et politiques.

Sous la direction et avec le financement des autorités hanoïennes, le Vietnam diffuse plusieurs produits journalistiques de langue française dans la presse écrite, la télévision, la radio et sur le Web (voir Table 1). Ces produits offrent aux lecteurs francophones habitant dans le pays ou ailleurs dans le reste du monde des informations et nouvelles dans les domaines politique, social, culturel, touristique, etc. Aujourd'hui, les dirigeants vietnamiens veulent, d'une part, sauvegarder et promouvoir les médias francophones afin de montrer leur engagement francophone et, d'autre part, resserrer les relations du pays avec les États et gouvernements francophones (Nguyễn, 2013).

Tous les médias vietnamiens sont sous le contrôle direct du Département central de propagande et d'éducation et du ministère de l'Information et de la Communication. Premièrement, le

¹⁰ Notre traduction de « *Thông tin đối ngoại là một bộ phận rất quan trọng trong công tác tuyên truyền và công tác tư tưởng của Đảng ta; là nhiệm vụ thường xuyên, lâu dài* », dans les stratégies de développement de l'information pour l'étranger dans la période de 2011 – 2020 (*Chiến lược phát triển thông tin đối ngoại giai đoạn 2011-2020*), Bureau politique du Comité central du Parti communiste, 14 février 2012.

Département central de propagande et d'éducation¹¹, créé en octobre 1930, juste après la naissance du Parti communiste du Vietnam (3 février 1930), a la responsabilité d'administrer et d'orienter, d'inspecter et de superviser les activités politiques et idéologiques des organismes de presse¹², ainsi que de diriger et de guider l'information pour être conforme aux intérêts du pays et du peuple¹³. Les entreprises de presse reçoivent des instructions du Département pour que les informations publiées soient conformes à la direction et aux politiques de l'État.

À l'échelle gouvernementale, c'est le ministère de l'Information et de la Communication¹⁴, organe exécutif, qui est responsable et prend la décision des actions d'information et de communication destinées aux citoyens, en particulier en ce qui concerne les grandes campagnes de communication des médias. Concrètement, cette institution gouvernementale exerce la fonction d'organiser le contenu des médias et des publications conformément à la loi. Dans les pratiques médiatiques, les organismes de presse mettent en place les actions de communication selon les directives¹⁵ du gouvernement et sous les lignes et les politiques du Parti.

Notre projet de recherche se situe dans un contexte politique autoritaire où la presse joue un rôle de haut-parleur des dirigeants et est régulièrement censurée par le pouvoir politique. Comme mentionné précédemment, les médias de langue française sont officiellement considérés comme des outils « diplomatiques » du Parti et de l'État. Tout en s'intégrant à une politique d'ouverture et d'intégration au plan international, ces médias doivent respecter les lois nationales afin de répondre ou satisfaire aux attentes des dirigeants. De plus, ce type de médias contribue à s'inscrire dans les objectifs diplomatiques du Vietnam sur le plan idéologique, ainsi qu'à servir l'intérêt national.

¹¹ Le Département central de propagande et d'éducation constitue un organe consultatif et d'assistance du Comité central du PCV, surtout le Politburo et le Secrétariat du Parti concernant la construction du Parti en termes de politique, d'idéologie et de moralité ; ainsi que les orientations, les points de vues et les politiques du Parti dans les domaines de la propagande, de la théorie politique, de l'histoire du Parti, du journalisme, de la publication, de la culture, des arts, de l'information extérieure [...], en même temps, elle est une agence professionnelle pour le travail de propagande du Parti. Notre traduction de la Décision no 144-QD/TW du Comité central du Parti communiste du Vietnam, le 8 août 2018, sur les fonctions, les responsabilités, les pouvoirs et l'organisation du Département central de propagande et d'éducation. Source : [En ligne] tulieuvankien.dangsongsan.vn, consulté le 10 octobre 2020.

¹² Selon la Décision n° 144-QD/TW du Comité central du Parti communiste du Vietnam, idem.

¹³ Tuyen giao, « Les médias doivent être une force pour protéger le fondement idéologique du parti », (Notre traduction de *Báo chí phải là lực lượng xung kích trên mặt trận bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng*), *Revue du département de propagande et d'éducation*, 13 juin 2020. [En ligne] tuyengiao.vn, consulté le 11 décembre 2020.

¹⁴ Ce ministère a été créé en août 2007 en prenant en charge les domaines de la poste, des télécommunications, de l'informatique, du journalisme et de l'édition.

¹⁵ Par exemple : La Décision du Premier ministre n° 2434/QĐ-TTg en 2016 sur l'approbation de la planification du système des médias internationaux jusqu'en 2020; la Directive du Premier ministre n° 21/CT-TTg relative à la mise en oeuvre de la Stratégie de développement de l'information extérieure pour la période 2011-2020.

Média	Entreprises de presse de langue française	Fréquence de production
Presse écrite	1) Le magazine <i>Le Courrier du Vietnam</i>	Hebdomadaire
Télévision	2) Le téléjournal en français sur la chaîne VTV4	Quotidien
	3) Le téléjournal sur la chaîne HTV	Quotidien
	4) Le téléjournal sur la chaîne Vnews	Hebdomadaire
	5) L'émission télévisée <i>Espace francophone</i>	Hebdomadaire
Radio	6) Le journal d'actualité sur le canal VOV5	Quotidien
Éditions en ligne	7) Le journal en ligne <i>Le Courrier du Vietnam</i>	Actualisés en continu
	8) Une édition d'actualité de langue française de l'Agence vietnamienne d'Information. https://vnanet.vn/fr/	
	9) Une édition de langue française du journal en ligne <i>VietnamPlus</i> . https://fr.vietnamplus.vn	
	10) Une édition de langue française du journal en ligne <i>Nhân Dân</i> . https://fr.nhandan.com.vn	
	11) Une édition de langue française de la Voix du Vietnam. http://vovworld.vn/fr-CH.vov	
	12) Une édition en langue française de la revue mensuelle <i>Vietnam Illustré</i> . https://vietnam.vnanet.vn/vnp/fr-fr	Mensuel

Table 1 : L'ensemble des médias de langue française au Vietnam.

Méthodologie

Cette recherche se base sur des entretiens semi-dirigés afin de recueillir des informations riches, détaillées et précises sur la question de recherche, permettant ainsi une compréhension approfondie du phénomène étudié (Romelaer, 2005; Savoie-Zajc, 2016). Cette technique qualitative repose sur des questions à la fois ouvertes et centrées, offrant aux participants la liberté d'exprimer leurs idées, leurs points de vue et leurs perceptions (Boutin, 2018).

Le recrutement des participants a été effectué par la méthode de la boule de neige, qui consiste à utiliser les recommandations initiales pour trouver d'autres participants (Johnston et Sabin, 2010). Effectivement, j'ai contacté d'anciens collègues travaillant dans un média francophone vietnamien, puis ils m'ont suggéré d'autres participants pertinents au regard des objectifs visés par la recherche. Nous avons pris en considération la qualité plutôt que la quantité de personnes participantes. Pour ce faire, j'ai décidé de recruter six responsables (qui sont rédacteurs et rédactrices en chef) et six journalistes. Les participants travaillent divers genres médiatiques (presse écrite, radio, télévision, presse numérique) afin d'assurer la représentativité du corpus. Ils ont acquis au moins 10 ans d'expérience professionnelle dans le domaine du journalisme au sein de médias francophones.

Avant les entretiens, j'ai élaboré un guide d'entretien thématique pour identifier les sujets principaux à aborder, en lien direct avec la question de la recherche. Le questionnaire vise à éclairer les pratiques journalistiques des médias francophones dans le cadre de la politique étrangère de l'État-parti vietnamien, les critères de sélection des sujets, ainsi que les perceptions des participants quant aux contraintes et défis de leur métier. Sur le plan éthique, je me suis

engagée à maintenir le strict anonymat de tous les répondants. De ce fait, toutes les données personnelles de même que les fonctions exactes ou autres éléments qui auraient permis d'identifier nos répondants ont été occultés. Les entretiens, d'une durée moyenne d'une heure, se sont déroulés en personne entre le 15 février et le 25 mars 2020 à Hanoï et Hô Chi Minh-Ville. J'ai utilisé la langue vietnamienne afin de faciliter notre discussion. Toutes les entrevues ont été enregistrées avec le consentement des répondants et sont restées confidentielles.

Concernant l'analyse des données recueillies au cours des entretiens semi-dirigés, j'ai utilisé la technique d'analyse thématique, qui est un « *outil classique pour l'étude des opinions par la catégorisation des énoncés dans des thèmes d'analyse* » (Negura, 2006, paragr. 7). Autrement dit, cette méthode qualitative permet d'interpréter un contenu (Van Campenhoudt et al., 2017) et de relever des indicateurs à partir du message des discours. Tout d'abord, j'ai retranscrit sous forme de verbatims les enregistrements des entrevues. Nous avons ensuite procédé à une lecture générale de toutes les données collectées pour avoir une compréhension globale de l'ensemble des idées abordées dans les réponses et j'ai traduit en français les énoncés répondant aux questions posées dans le questionnaire. Puis, j'ai classé les réponses par catégories et sous-catégories en fonction de leurs similitudes. Une catégorie est définie comme « *une production textuelle se présentant sous forme d'une brève expression en permettant de dénommer un phénomène perceptible à travers une lecture conceptuelle d'un matériau de recherche* » (Paillé et al., 2003, p. 148). La catégorisation n'est pas entièrement organisée selon l'ordre des questions, mais en fonction du sens des énoncés. Les réponses ayant un sens commun ont été classées dans une même catégorie. Notons que j'ai utilisé le logiciel Nvivo 12 (version 2020) pour stocker les informations, les qualifier et les organiser (Fallery et Rodhain, 2007).

En particulier, il était prévisible de recevoir un certain nombre de réponses teintées de la langue de bois¹⁶ parce que les participants (responsables des rédactions et journalistes) travaillent dans les institutions de l'État-parti et du gouvernement au service des intérêts nationaux et du régime politique en place. Par conséquent, les entretiens que j'ai choisis de mener comportent à la fois des avantages et des inconvénients pour notre recherche. En ce qui concerne les avantages, les entretiens m'ont fourni des réponses très utiles. Les propos des participants m'ont aidée à comprendre les stratégies de communication à l'international et l'importance des médias francophones dans les politiques étrangères du Vietnam. En matière d'inconvénients, certaines réponses m'ont paru quelque peu mécaniques, stéréotypées, répétitives parfois, ce qui caractérise d'ailleurs nombre de discours politiques (Nowicki, 2010). Effectivement, plusieurs des réponses étaient clairement calquées sur les déclarations officielles publiques. Par exemple, lorsque interrogés sur les règles de la pratique journalistique au Vietnam et sur la notion de liberté de la presse, la majorité des participants ont cherché d'une manière ou d'une autre à justifier leur vision et leurs pratiques qui font partie d'un système dont ils ne cherchent pas à contester la légitimité. J'ai toutefois noté que la langue de bois ne figure pas dans toutes les entrevues. Quelques participants se sont exprimés de façon directe, semble-t-il avec honnêteté et sincérité. Ils m'ont fait part notamment des limites des médias de langue française.

¹⁶ « La langue de bois, qui désigne dans les pays communistes le jargon officiel de la presse et du discours, est la marque la plus certaine du pouvoir de l'idéologie. Elle comprend un vocabulaire, une stylistique, une rhétorique, une diction ». Besançon, Alain (1978). *La confusion des langues : La crise idéologique de l'église*. Calmann-Lévy, p. 126

Résultats

Les pratiques journalistiques au service des intérêts de l'État

Les médias francophones vietnamiens sont subventionnés par l'État et chargés de remplir des missions politiques bien précises. L'analyse des entretiens révèle que les pratiques journalistiques sont orientées par la stratégie de communication internationale du pays. En conséquence, il faut donner la priorité à la propagation des politiques de l'État-parti et les discours des autorités vietnamiennes. Selon deux responsables (R3, R6) des médias francophones, en tant que média officiel de l'État, il présente les enjeux sous l'angle des orientations établies.

Les médias francophones sont également considérés comme un outil efficace dans la réalisation des objectifs diplomatiques, surtout dans un contexte où le pays valorise le *soft power*. La moitié de responsables (R3, R4, R5) confirment que ces médias relayent le discours des affaires étrangères pour améliorer la compréhension du Vietnam auprès du public francophone. Par exemple, les journalistes doivent expliquer aux lecteurs francophones les politiques du Vietnam pour qu'ils comprennent son but et ses modalités, et puis ils le soutiennent.

Les journalistes évitent de diffuser des informations susceptibles de ternir l'image du pays. R1 confie que les médias diplomatiques évitent de présenter au public international les problèmes et les dysfonctionnements sociaux du Vietnam. Du point de vue de R6, les journalistes ont, entre autres, pour fonction de « stabiliser » au mieux la société, d'éviter de diffuser des informations qui inciteraient à la guerre ou qui favoriseraient le désordre public. De ce fait, la sélection des contenus est importante pour garder selon lui une société stable et pacifique :

Il y a des choses qu'on n'a pas besoin de donner. Ce n'est pas comme si on dissimulait ou si on cachait des informations, mais on publie de manière sélective des informations pour stabiliser le pays, la société. La tâche la plus importante du journaliste est de savoir comment informer les citoyens et que la vie continue tranquillement. Il n'est pas nécessaire de donner toutes les informations au public. (R6)

À ce sujet, deux *journalistes* (J1 et J6) ont tenu à préciser leurs perceptions. Selon J1, son travail est en effet de prendre le contrepied des sources d'information non officielles et non crédibles et de retransmettre le discours des dirigeants :

Nous trouvons actuellement sur Facebook et YouTube de nombreuses informations dont certaines sont fiables et d'autres non. Alors les médias de langue étrangère doivent refuser ces informations et donner les versions officielles de l'État.

Quant à J6, estimant que son journal est une institution étatique, il se concentre essentiellement sur les nouvelles politiques du Parti. Ce faisant, affirme-t-il, « *il y a des moments où on publie le verbatim du discours des dirigeants de l'État-parti, comme un contre-argument à quelque chose* ».

Il est clair que la pratique du métier doit trouver selon les journalistes un juste équilibre entre deux priorités légitimes : respecter d'une part la loi du Vietnam en satisfaisant aux consignes du pouvoir politique tout en répondant aux besoins d'information du public. Mais dans tous les cas de figure, les professionnels de l'information œuvrant dans les médias francophones adoptent les directives du plan d'information du gouvernement. À cet égard, explique J6, « *dans la mission de présenter*

l'image nationale du Vietnam à l'étranger, nous évitons de diffuser les mauvaises nouvelles¹⁷ qui provoquent un impact négatif pour le pays ».

Fort de sa longue expérience en journalisme, J3 continue lui aussi de penser qu'il ne faut pas donner d'informations qui ont des effets négatifs sur son pays :

Il n'est pas toujours nécessaire de diffuser toutes les informations qu'on a recueillies. Parce que parfois la vérité n'apporte pas de bonnes réponses à la société, au pays, alors, il faut réfléchir dans ce cas-là. Il faut tenir compte des effets négatifs que l'information peut apporter à la société et aux destinataires de l'information. (J3)

Bref, les pratiques journalistiques inscrivent leur action dans le respect de la mission générale des affaires étrangères pour servir les intérêts nationaux, attestant de relations étroites entre l'État et les médias dans la mise en place des objectifs de la politique étrangère. En effet, cela illustre la dépendance des journalistes vis-à-vis de l'État et leur rôle dans la transmission des messages politiques des autorités au public francophone international.

La promotion de l'image du Vietnam à l'étranger

L'analyse des entretiens met en évidence un constat marquant, c'est que les publications journalistiques des médias francophones vietnamiens présentent une image positive et diversifiée du pays à l'étranger.

Du point de vue des **responsables**, bien que les informations couvertes soient variées, une attention particulière est accordée aux aspects économiques, tels que l'environnement d'investissement, le développement économique et les échanges commerciaux. À cet égard, un responsable (R2) souligne : « *Nous diffusons les conditions favorables ou défavorables, les endroits potentiels, les secteurs privilégiés. Tout cela est fait selon les directives du gouvernement* ». En tant que membre de la Francophonie, le Vietnam met un accent particulier sur la coopération économique et commerciale avec les pays francophones, surtout les pays africains¹⁸. Dans cette perspective, R6 ajoute que son média se concentre sur la promotion du développement économique en facilitant l'accès à des projets d'investissement.

Afin de diversifier les sujets et répondre aux besoins d'information du public, un tiers des responsables des médias (R4, R6) confirment vouloir publier des contenus sur les thèmes culturels et touristiques tels que la culture traditionnelle, des coutumes, de la gastronomie et des échanges culturels entre les Vietnamiens et les étrangers. R6 note également que présenter les destinations touristiques connues du Vietnam et les événements à venir permet aux lecteurs d'en être informés et, éventuellement, de participer à ces activités.

Quatre **journalistes** (J2, J3, J5, J6) sur six confirment que la présentation des activités culturelles et touristiques vise d'une certaine façon à équilibrer les contenus des journaux. Ces médias se consacrent ainsi « au terrain » pour parler par exemple des fêtes traditionnelles, de la culture des ethnies minoritaires ainsi que des paysages touristiques :

¹⁷ Par exemple : l'épidémie de choléra d'Afrique au Vietnam, les accidents des touristes étrangers au Vietnam.

¹⁸ Les produits vietnamiens sont présents dans la plupart des pays africains tels que l'Afrique du Sud, l'Égypte, le Ghana, l'Algérie, la Côte d'Ivoire. Tiêu San, « Potentialités de coopération économique Vietnam – Afrique », *Nhân Dân*. [En ligne] nhandan.vn, publié le 12 décembre 2019, consulté 12 juin 2021.

Notre rédaction donne la priorité à la publication de sujets sur les fêtes traditionnelles, les coutumes et les cultures des minorités ethniques ou les destinations touristiques connues du Vietnam. Ces informations permettent aux lecteurs de mieux comprendre la culture vietnamienne et de connaître les endroits où ils vont visiter au Vietnam. (J3)

Rejoignant l'opinion de quelques responsables, J1 et J3 soulignent que les contenus des médias francophones visent à favoriser l'augmentation des échanges commerciaux et des investissements du Vietnam avec ses partenaires francophones. Pour attendre cet objectif, les journalistes mettent en avant des informations sur l'ouverture du système politique, l'exonération fiscale pendant plusieurs années, la taxe foncière pour que les investisseurs trouvent des avantages et viennent investir au Vietnam, mentionne J1.

En plus de promouvoir l'image nationale, les journalistes francophones vietnamiens fournissent des contenus visant à améliorer la connaissance et la compréhension du public francophone sur la situation actuelle du Vietnam. Sur le fond, à partir de ses expériences pratiques, J4 affirme que de nombreux étrangers ne comprennent pas vraiment le Vietnam. Alors par le biais des médias francophones pour ce qui est de la cible des lecteurs de langue française, on leur permet d'en savoir plus. Un des objectifs est d'éliminer leurs préjugés sur la société vietnamienne et le régime politique au pouvoir :

En 2006, j'ai rencontré en France un Vietnamien qui a quitté le pays après la guerre d'indépendance, puisqu'à ce moment-là, sa maison avait été confisquée par les communistes. Donc, dans son esprit, il est légitime de détester le régime communiste. Il m'a dit que s'il avait de l'argent, il en enverrait à ses proches, mais ne retournerait pas au Vietnam. Il m'a demandé si les communistes allaient encore confisquer les maisons des habitants. Alors, quand je travaille pour les médias de langue étrangère, je dois expliquer aux gens que notre société a changé et s'est améliorée, tous les habitants sont bien pris en charge. (J4)

Ainsi, les journalistes francophones sont aussi, en quelque sorte, des ambassadeurs du Vietnam pour rétablir le lien des étrangers ou des diasporas avec leur pays d'origine. En s'adressant à un public francophone international, les médias de langue française du Vietnam visent non seulement à améliorer le niveau de connaissance des francophones sur le Vietnam, mais aussi à promouvoir une attitude favorable envers ce pays.

Les perceptions des professionnels sur la liberté de presse

Les **responsables** des médias francophones, qui sont membres du Parti communiste à un niveau politique élevé, partagent leur point de vue à propos de la liberté de presse. Dans leur esprit, il est normal que l'État-parti impose des protocoles, des interdictions, des règles sur la pratique journalistique. En ce qui concerne les limites qui leur sont imposées, R5 justifie :

Chaque pays a ses propres lois, et la liberté de la presse ne peut pas outrepasser la loi, les règlements et la Constitution de ce pays. Lorsque quelqu'un enfreint la loi et la Constitution nationale, il est condamné à une amende ou arrêté.

Compte tenu de leur environnement, les rédacteurs obéissent à ces normes et trouvent des solutions pour pouvoir travailler à l'intérieur de ce système politique, selon R6. Nous avons constaté d'emblée, lors de nos entretiens, que les rédacteurs ne se sont donc pas opposés à des réglementations strictes de l'État-parti ni n'ont critiqué les restrictions de la liberté de la presse, mais ont plutôt soutenu la politique gouvernementale et le système communiste. En phase avec cette perspective, R6 souligne que :

L'État donne aux journalistes la liberté d'expression, mais ce n'est pas comme s'ils pouvaient faire ce qu'ils veulent : il faut respecter les règles de l'État. Si quelqu'un aime être libre de s'exprimer, il faut cependant garder son pays en paix. Si la liberté conduit à dissoudre le pays, ça ne sert à rien. (R6)

Ainsi, le maintien du pouvoir politique et de l'ordre social au Vietnam est-il décrit comme primordial, justifiant le contrôle de la liberté des citoyens. Un participant interrogé nourrissait un espoir de liberté au sein de la presse après la *Rénovation* du pays. Pendant la guerre d'indépendance du Vietnam, il a travaillé pour le système de propagande du Parti communiste aux fins de l'indépendance nationale. Pourtant, après l'année 1975, il était plutôt favorable à la privatisation de la presse et au renforcement de son rôle pour contribuer au développement social. Bien qu'il ne soit pas totalement satisfait du régime politique en place, cette personne tempère son point de vue :

Notre pays était en guerre durant très longtemps. Mes amis et moi avons participé aux deux guerres, nous avons vu la mort, la douleur, la peine, on ne veut plus les voir. On ne veut pas retomber dans la guerre. Dans notre société, la Constitution nationale affirme que le Parti communiste dirige le pays, on respecte alors ce qu'il nous donne.

Quel que soit le contexte national, la loi interfère d'une façon ou d'une autre dans la pratique journalistique. Par exemple, les problèmes liés à la sécurité nationale, à la relation entre un pays et un autre et aux Droits de la personne – pour ne citer que ceux-là – représentent selon certains de nos répondants des sujets que les journalistes devraient considérer avant de publier :

La loi vise à limiter ce que les médias ont le droit de diffuser, mais ce n'est pas un obstacle. Il y a une loi dans laquelle il réglementera ou interdira l'information au niveau national. Cette interdiction est liée notamment à la sécurité nationale, la défense, la religion. Par exemple, nous ne pouvons pas critiquer un responsable arabe pour éviter de provoquer l'inimitié nationale, la provocation entre les religions. (R5)

Concernant la perception du groupe des *journalistes*, je n'ai pas été témoin de discours spécialement revendicateurs quant à la liberté de la presse. La plupart d'entre eux ont exprimé leur soutien à la politique de l'État. J1 affirme entre autres :

Je ne ressens pas de contraintes spécifiques pour les médias. La seule règle est d'être honnête. Je peux informer à partir de tout ce que je vois, je n'ai rencontré aucune difficulté là-dessus dans toute ma carrière professionnelle.

Pour ce qui le concerne, J6 nuance les choses en expliquant qu'à l'ère numérique, le flux d'informations qui circule librement sur les réseaux sociaux sème la confusion dans la société. Dans ce contexte, explique-t-il, les journalistes doivent continuer de suivre les principes et les normes de la loi du Vietnam en répondant aux attentes du pouvoir politique. J2 et J4 manifestent le même point de vue : il faut selon eux garder l'éthique professionnelle du journalisme, apporter des informations vérifiées et exactes aux lecteurs et auditeurs le plus rapidement possible.

En somme, les témoignages que j'ai recueillis confirment qu'il est interdit de publier ou de partager des informations qui vont à l'encontre des lignes politiques du Parti unique. La plupart des répondants déclarent que cette situation est normale, à tout le moins compréhensible. Ils ont conscience de l'importance des médias sur l'opinion publique, puisque toutes les informations diffusées peuvent affecter la société et le système politique et doivent donc, à ce titre-là, être révisées avant d'être publiées.

Les contraintes et défis des professionnels journalistiques

Étant donné les règles et les contraintes mentionnées plus haut, j'ai interrogé les responsables et les journalistes de rédactions de langue francophone afin de mieux comprendre leurs perceptions dans l'environnement médiatique qui est le leur. Tous les participants ont exprimé être satisfaits de leur travail et ils ne trouvent pas de contraintes spécifiques dans la pratique de leur métier. R3 souligne :

Il n'y a pas de pressions ou de contraintes puisque la plupart du public s'intéresse au pays, à la culture et même à l'économie, cela se trouve dans la stratégie de la communication étrangère. Nous travaillons selon les règles étatiques, donc il n'y a pas de problèmes.

Dans l'ordre de l'idée, J2 affirme ainsi qu'il n'a rencontré aucune difficulté dans son travail et qu'en plus, il aime beaucoup ce qu'il fait et se sent utile lorsqu'il reçoit des lettres des lecteurs qui remercient sa rédaction de les aider à mieux comprendre le Vietnam. De son côté, J3 souligne que « *Je travaille ici depuis 16 ans et si je reste aussi longtemps en poste, ça veut dire que j'aime mon travail et je n'ai pas l'intention de changer l'emploi.* »

Bien que les médias de langue française soient financés par l'État, ils font face actuellement à plusieurs défis de taille. Premièrement, les budgets limités dont disposent ces médias empêchent l'amélioration de la qualité des produits diffusés. Selon R5, « *on est toujours dans une situation financière précaire. Or, avec le développement de la technologie, on aurait besoin de ressources supplémentaires pour se développer, appliquer de nouvelles solutions technologiques.* » À côté du financement public, toutes les rédactions francophones cherchent à augmenter leurs revenus publicitaires, mais le contexte du moment ne s'y prête guère : en baisse régulière, le nombre de lecteurs n'est plus suffisamment élevé pour justifier de nouveaux investissements.

De plus, la plupart des responsables et des journalistes des médias de langue française mentionnent que le manque de personnel ne leur permet pas d'améliorer la qualité des articles de presse. Par exemple, la rédaction du *Courrier du Vietnam* comprend une vingtaine de journalistes qui s'occupent de trois publications : un journal en ligne, un hebdomadaire et une émission télévisée. Dans la plupart des autres rédactions, le nombre d'employés est souvent inférieur à dix.

Conclusion

Cette recherche avait pour objectif de clarifier les pratiques journalistiques des médias francophones vietnamiens dans la présentation et la promotion de l'image du Vietnam à l'étranger. L'analyse des propos recueillis au cours des entretiens semi-dirigés met en évidence une dépendance des journalistes vis-à-vis à l'État dans la sélection, le traitement et la diffusion des informations. Ces médias, utilisés pour soutenir la politique étrangère de l'État, publient des contenus choisis à la fois pour protéger les intérêts nationaux et suivre la ligne politique du Parti communiste. Parfois, les médias francophones vietnamiens agissent à certains égards comme une courroie de transmission des discours des autorités vietnamiennes. En clair, l'agenda politique détermine ici directement celui des médias et influence indirectement le public francophone international. Cela souligne des interdépendances à de multiples niveaux entre le pouvoir politique, les médias et le public.

Dans les faits, l'État-parti vietnamien utilise les médias de langue française comme des outils de propagande pour influencer les opinions publiques de la communauté francophone internationale. Cette forme de propagande fait partie de la diplomatie publique et se présente comme une

technique « subtile » pour influencer à la fois les perceptions et les comportements à des fins d'adhésion à une image donnée. Les contenus concernant l'image nationale sont essentiellement positifs ou, à tout le moins, exempts de critiques. Ces médias au service des affaires étrangères du pays se concentrent surtout sur la promotion d'une « bonne » image du pays. Celle-ci doit être décrite sous de multiples facettes pour attirer différents groupes cibles : les touristes viendront voyager au Vietnam, des hommes d'affaires voudront investir sur place, des dirigeants politiques établiront des relations diplomatiques avec le pays. Bref, la diffusion d'une image positive du Vietnam est en quelque sorte une façon de réaliser la stratégie de *soft power* aux fins de renforcer la position du Vietnam, étendre son influence et renforcer des relations économiques et diplomatiques avec les pays membres de la Francophonie.

Par conséquent, les journalistes des médias francophones doivent privilégier des contenus valorisant le pays, s'inscrivant ainsi dans une démarche démocratique. Cette orientation les conduit à pratiquer une forme d'autocensure afin de respecter les attentes liées à leur rôle dans la communication internationale. De leur point de vue, les restrictions à la liberté d'expression semblent peu contraignantes, car leurs lignes éditoriales sont alignées sur les stratégies diplomatiques de l'État, mettant en avant des informations positives. En revanche, pour les bloggeurs et les journalistes indépendants, ces restrictions constituent une entrave majeure, car ils ne peuvent pas aborder librement des sujets sensibles considérés comme susceptibles de nuire la sécurité nationale et les intérêts du pouvoir en place¹⁹. Selon Reporters sans frontières, le Vietnam est l'un des États qui recourent le plus à l'emprisonnement des journalistes²⁰. Le contrôle de l'information ne se limite pas aux médias, mais s'étend également aux publications des citoyens sur les plateformes numériques. Toute diffusion de contenu illégal peut entraîner des sanctions (Nguyen-Pochan, 2021). Des médias vietnamiens ont aussi été pénalisés pour avoir publié des informations jugées problématiques par les autorités²¹. La Parti-État entend tout contrôler et, pour ce faire, l'armée a mis au point la Force 47, une unité composée de 10 000 cybersoldats chargés de défendre la ligne du PCV et d'attaquer toute voix dissidente sur Internet²². Le cadre juridique, notamment les articles 109²³ et 331²⁴ du Code pénal de 2015, prévoit des peines sévères pour les actes perçus comme une menace à la stabilité de l'État ou un abus des libertés démocratiques. La Loi sur la cybersécurité, entrée en vigueur le 2 septembre 2019, vise à centraliser et renforcer la gestion de la sécurité de l'information dans le cyberspace. Elle établit des réglementations

¹⁹ Viêt-Nam 2023. *Amnesty international*. [En ligne] [amnesty.org](https://www.amnesty.org), consulté le 21 mars 2025.

²⁰ Vietnam. *Reporters sans frontières*. [En ligne] <https://rsf.org/fr/pays/vietnam>, consulté le 25 mars 2025.

²¹ En 2018, le Département du journalisme du ministère de l'Information et de la Communication a sanctionné le journal en ligne *Tuôi tre*, qui a dû cesser ses publications pendant trois mois (du 16 juillet au 16 octobre 2018) à cause de la publication de « fausses nouvelles » qui cause de graves conséquences. Source : *Tuôi Tre Online*, « *Tuôi Tre Online* est suspendu pendant trois mois ». [En ligne] tuoitre.vn, 16 juillet 2018.

²² Nguyen, Mi, « Vietnam unveils 10,000-strong cyber unit to combat 'wrong views' ». *Reuters*. [En ligne] [reuters.com](https://www.reuters.com), 26 décembre 2017; T.A.T, « Un certain nombre de mesures pour améliorer l'efficacité du cyber combat de la Force 47 de l'Académie de l'Armée », *Hoc vien Luc quan*, 20 mai 2019. [En ligne] : hvlq.vn.

²³ Notre traduction de l'article 109 du Code pénal. Infraction d'activités visant à renverser l'administration du peuple : « Ceux qui travaillent à établir ou à rejoindre des organisations visant à renverser le pouvoir du peuple seront punis comme suit : 1. Les organisateurs, instigateurs, personnes qui opèrent effectivement ou causent des conséquences graves, seront punis de 12 à 20 ans d'emprisonnement, d'emprisonnement à perpétuité ou de la peine capitale ; 2. Les autres complices seront punis de 5 à 12 ans d'emprisonnement ; 3. Ceux qui se préparent à commettre ce crime seront condamnés à entre un et cinq ans d'emprisonnement. »

²⁴ Concernant l'article 331 du Code pénal de 2015, la personne qui commet des « abus des droits de liberté et de démocratie pour porter atteinte aux intérêts de l'État, aux droits et intérêts légitimes d'organisations et de particuliers » pourrait recevoir la peine maximale d'emprisonnement pouvant aller jusqu'à 7 ans.

destinées à protéger la sécurité nationale, à maintenir l'ordre social et à préciser les responsabilités des divers acteurs en ligne²⁵.

Cette étude ne prétend pas offrir une vision exhaustive des pratiques journalistiques du Vietnam. Une analyse plus approfondie nécessiterait de confronter les expériences et les points de vue des journalistes des médias de langue vietnamienne avec celles des journalistes indépendants afin de mieux comprendre la diversité des réalités médiatiques dans le pays.

Thi Huong Dang est Docteur en communication publique à l'Université Laval

Références

- Besançon, A. (1978). *La confusion des langues : La crise idéologique de l'église*. Calmann-Lévy.
- Boutin, G. (2018). *L'entretien de recherche qualitatif. Théorie et pratique*. Presses de l'Université du Québec.
- Dang, T. H. (2020). Le contrat de communication entre l'État vietnamien et les médias francophones. Dans Charron, Jean, Florence Le Cam et Denis Ruellan, *Études de communication publique*, Université Laval, (23), 199-217.
- Dao, D. Q., Quang H. D. et Duy T. V (2010). *Tổng quan lịch sử báo chí cách mạng Việt Nam (1925-2010)*, Nhà xuất bản chính trị quốc gia.
- Do Benoit, H. (2011). *Le Việt Nam*. Paris : Le Cavalier bleu éditions.
- Fallery, B., Rodhain F. (2007). Quatre approches pour l'analyse de données textuelles: lexicale, linguistique, cognitive, thématique. Dans *XVI^{ème} Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique AIMS*.
- Johnston, L. G. et Keith S. (2010). Échantillonnage déterminé delon les répondants pour les populations difficiles à joindre. *Methodological Innovations Online*, 5(2), 38-48.
- Journoud, P. (2013). Stratégies francophones au Vietnam. *Francophonie et profondeur stratégique*, Études de l'IRSEM, 26, 99-138.
- Luu, T. T. (2019). *Tuyên truyền hình ảnh Việt Nam ra thế giới qua báo chí đối ngoại (traduction libre : Propager l'image du Vietnam à l'étranger à travers les médias de langue étrangère)*. Hanoï : Maison d'édition de l'information et de la communication.
- Negura, L. (2006). L'analyse de contenu dans l'étude des représentations sociales. *SociologieS*, 1-12.

²⁵ VNA/CVN, « La Loi sur la cybersécurité contribuera à assurer un cyberspace sûr », *Le Courrier du Vietnam*, 18 juin 2018. [En ligne] : lecourrier.vn.

Nguyen, T. H. (2021). La Francophonie, une stratégie diplomatique du Vietnam : regard rétrospectif. *Relations internationales*, 188(4), 77-92.

Nguyễn, T. Ha (2013). *La situation et les enjeux de la presse vietnamienne en langue française*, thèse de maîtrise en cotutelle, Académie diplomatique du Vietnam et Université Jean Moulin Lyon 3.

Nguyen-Pochan, Thi Thanh Phuong (2018). Quand les morts « reviennent » pour résoudre les tensions des vivants : un récit au journal télévisé vietnamien. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, (13).

Nguyen-Pochan, Thi Thanh Phuong (2021). La violence des médias vietnamiens à l'encontre des intellectuels critiques. *Sur le journalisme*, 10 (1), 98-111.

Nowicki, J. (2010). De l'insoutenable légèreté occidentale à l'égard de la notion de « langue de bois ». *Hermès, La Revue*, 58(3), 23-28.

Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *The annals of the american academy of political and social science*, 616(1), 94-109.

Paillé, P. et Mucchielli A. (2003). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Armand Colin.

Van Campenhoudt, L., Marquet J. et Quivy R. (2006). *Manuel de recherche en sciences sociales*. Dunod.

Romelaer, P. (2005). L'entretien de recherche. Dans Patrice Roussel et Frédéric Vacheux, *Management des ressources humaines. Méthodes de recherche en sciences humaines et sociales*. Éditions De Boeck.

Savoie-Zajc, L. (2016). L'entrevue semi-dirigée. Dans Benoît Gauthier et Isabelle Bourgeois, *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données*, 6^e éd., 337-62. Presses de l'Université du Québec.