

Le traitement de l'actualité internationale : avenir... et mirages de l'information planétaire

Camille LAVILLE

*Doctorante en cotutelle
entre l'Université Paris VIII
et l'Université Laval,
Chargée de cours
à l'Université Paris VIII*

Le champ de l'information a subi ces dix dernières années les effets de la globalisation : mutations dans l'industrie des médias, nouvelles pratiques de communication, révolution technique, reconfiguration du système économique mondial par la création de conglomerats médiatiques et multiplication des échanges. Ces phénomènes ont modifié de manière conséquente le paysage international de l'information, les acteurs concernés, mais également le traitement et la place accordés à l'information internationale. La globalisation a notamment modifié la notion de « frontières », impliquant directement une redéfinition du concept d'information internationale. En pratique, les médias conjuguent aujourd'hui des logiques territoriales différentes : régionalisation, glocalisation et transnationalisation où global, international, national, régional et local cohabitent.

L'ouvrage anglosaxon *Global Transformations*¹ opère une généalogie de la globalisation. Divisant l'Histoire entre quatre périodes (*premodern globalization, early modern globalization, modern globalization and contemporary globalization*), les auteurs situent la globalisation actuelle comme la succession de phases de mutation. La globalisation telle qu'on peut la vivre aujourd'hui se caractérise par l'ampleur des moyens de communication et le développement des transports qui accroissent la rapidité et l'intensité des flux. Le processus de globalisation est d'abord analysé sous l'angle du politique : la globalisation signe-t-elle la fin

du modèle étatique traditionnel, à savoir un État moderne, souverain centralisé aux frontières clairement définies ?

La globalisation transcende les frontières de l'État, le modèle westphalien qui décrivait « le développement de l'ordre mondial constitué d'États souverains »² n'a plus cours. Les flux interrégionaux et globaux ont transformé et étendu les espaces, dépassant les limites territoriales traditionnelles. Si la globalisation fait éclater la notion de territoire, le pouvoir réel transcende les frontières et les politiques globales mettent fin aux distinctions traditionnelles entre les affaires intérieures et l'international, entre l'interne et l'externe. La globalisation des médias se traduirait donc à l'image de la globalisation politique par une transcendance des frontières étatiques.

La globalisation est un concept déchiré entre une vision universaliste (un seul monde) et une vision particulariste. Or, la globalisation n'est ni l'un ni l'autre, mais cet « entre-deux-mondes ». Suivant une démarche identique, on s'interroge aujourd'hui sur le statut de l'information internationale. Doit-on substituer à l'adjectif « international » celui de « global », ou bien la réalité est-elle plus complexe et se traduit-elle par la conjonction de flux d'informations à différentes échelles ?

Vers une information globale ?

En matière d'information, la globalisation nous conduit à nous interroger sur l'existence ou non d'un espace public mondial. La globalisation mène à un processus constant d'élargissement des publics, et notamment des publics télévisuels. Cela de façon ponctuelle avec des événements comme les Jeux Olympiques par exemple, ou de façon régulière avec les chaînes télévisuelles d'information en continu (CNN, RDI, Fox News, LCI, etc.). Assiste-t-on alors à une uniformisation du public, à une perte des identités et à l'uniformisation des cultures ? On ne peut déduire de la diffusion simultanée à la communauté internationale de certains événements comme des signatures de paix ou des événements sportifs l'existence d'un public homogène. En réalité, « les » publics constituent uniquement ce que les sociologues Daniel Dayan et Elihu Katz (1996) appellent des « communautés imaginées »³ qui ne durent que le temps de l'événement. La globalisation de l'information n'est donc pas synonyme d'universalisme, mais de l'intégration de la globalisation dans les différences et les particularismes.

En outre, la globalisation influence l'économie des médias. Cela se traduit par des mouvements de concentration, l'émergence de groupes de communication multimédia, de réseaux publicitaires et de chaînes

satellites. Armand Mattelart (2000) considère les firmes multinationales comme les agents caractéristiques de la globalisation : c'est le passage du domaine de la gestion interne des firmes à l'externe. L'architecture du système international évolue : on passe de la micro-économie à la macro-économie. Ces firmes multinationales que l'on pourrait également appeler « entreprises réseau » n'opèrent pas une séparation entre les différents niveaux que sont le local, le global et l'international : « *La nouvelle conception relationnelle de l'entreprise du monde dans laquelle elle opère (en tant que réseau), explique Mattelart, suppose une interaction entre les trois niveaux.* »⁴ Ces entreprises supposent une interaction entre ces trois paliers, à la différence des firmes nationales où toute prise de décision ou stratégie prend un chemin linéaire qui part du siège, du territoire national, vers l'extérieur. Ces nouveaux acteurs s'approprient le mot d'ordre stratégique « *think globally, act locally* »⁵, slogan issu de la vulgarisation des thèses de l'économiste Théodore Levitt.

La globalisation questionne la notion de frontière. Or, cette notion est fondamentale dans la définition du concept d'information internationale. Comment définir le concept d'information internationale ? Que désigne actuellement ce champ ? L'adjectif « international » pose en lui-même problème. Il se pose tout d'abord en termes géopolitiques. Étymologiquement, l'information internationale désigne l'information échangée entre deux ou plusieurs nations. Or, comme on l'a souligné auparavant, la globalisation conduit l'espace public à être de moins en moins déterminé par des limites territoriales, les frontières traditionnelles de l'État sont transcendées. Cela efface les notions d'externe et interne, et remet en cause la notion d'information internationale. En outre, la définition de l'information internationale devient de plus en plus ambiguë. La globalisation économique s'est traduite par un processus de concentration et par le développement de conglomérats médiatiques qui possèdent un quasi-monopole sur le recueil, le traitement et la diffusion de l'information. L'information internationale n'échappe pas à cette logique économique car elle est produite par ces conglomérats. Avec le processus de concentration, la fonction commerciale des médias se trouve largement renforcée. Quel impact cela peut-il avoir sur le traitement et la place accordée à l'information internationale ?

Outre les questions que l'on peut se poser sur l'interaction entre les intérêts économiques de la firme et la ligne éditoriale, on peut se demander si la constitution de conglomérats médiatiques ne risque pas de conduire à une homogénéisation des contenus en réduisant la pluralité

des voix exprimées. Certains craignent l'absence de diversité tant au niveau de la propriété que sur le plan de la pluralité des sources. À cette crainte, plusieurs chercheurs opposent l'argument selon lequel les grandes firmes sont plus à même de faire face aux problèmes économiques et donc assurer une indépendance rédactionnelle plus grande, notamment vis-à-vis des annonceurs et des forces politiques.

Les trois agences d'information les plus importantes chargées de recueillir l'information sur un plan mondial (Associated Press, Reuters et l'Agence France Presse) sont toutes situées dans des pays occidentaux : « *Only such major news agencies and global news-gathering organizations do indeed have the organization and resources, the worldwide distribution and reactive capability, to actually be first. The practical consequence is that the three majors world news agencies, the major American, British and French news-gathering organizations, have a quasi-monopoly in providing prime definitions of breaking news in the world periphery* »⁶. Ce sont ces agences et ces conglomérats qui décident si un événement va devenir une information internationale ou pas. L'information internationale est donc définie en grande partie à travers les critères des pays dominants. Or, ce qui est une information internationale pour les pays développés ne l'est pas nécessairement pour les pays en voie de développement. Les médias produisant une information internationale à partir de critères différents de ceux développés par les firmes et les agences occidentales sont encore peu nombreux : « *There are only very few major non-Western medias software producers, which might provide a different perspective on the world* »⁷.

Régionalisation des acteurs et des contenus

Le paysage de l'information internationale se traduit également par un mouvement de régionalisation des acteurs. Depuis le début des années 1980, l'UNESCO a soutenu la création d'agences de presse nationales dans le but d'améliorer la collecte et la diffusion des informations au sein des nations et de promouvoir une plus grande diversité de sources d'information au plan international : « *Entre autres initiatives, l'UNESCO a aidé à l'établissement d'agences de presse régionales en Afrique (CANAD, SEANAD et WANAD) et apporté son appui à la PANA (Afrique) et à la CANA (Caraïbes).* »⁸

L'agence de presse IPS (*Inter Press Service*) constitue un bel exemple de réussite en matière de coopération entre agences de presse européennes et agences de presse nouvellement indépendantes. IPS a été créée dans les années 1960 pour permettre à l'origine aux agences de presse européennes de soutenir les agences de presse d'Amérique latine

par des transferts de technologie, une assistance technique, de la formation et des services dans la sphère de transports. Aujourd'hui, le principal produit d'IPS est son service mondial qui publie tous les jours 30 dépêches sur les événements et les processus affectant les peuples et les nations du Sud. La démocratisation des pays du Sud et de l'Est a renforcé la liberté de la presse, améliorant du même coup la qualité et la diversité de l'information produite localement : « *Le développement de médias locaux, alternatifs, a permis la naissance d'une culture de l'information (...) sur laquelle peuvent s'appuyer les journalistes internationaux (...) C'est grâce à ces journalistes locaux que l'on apprend ce qui couve dans les coins les plus isolés du monde.* »⁹

La domination de la production de l'information internationale par les conglomérats des pays du Nord n'est pas un phénomène récent. Pour autant, l'affirmation de nouveaux producteurs de l'information dans des zones régionales nous alerte sur l'importance d'accorder un regard géographique spécifique sur l'information internationale, produit neutre, interchangeable d'un pays à l'autre. Pour intéresser le public, l'information internationale doit être localisée, située dans un contexte précis : « *À la fin des années quatre vingt, (...), on n'envisage plus chaque pays comme des marchés spécifiques mais une zone géographique comme un marché global, présentant des caractéristiques communes* »¹⁰. Désormais, les journalistes locaux et les correspondants d'agence ont une nouvelle fonction : celle d'adapter l'information internationale aux intérêts locaux, cela passant par la localisation ou la naturalisation des contenus.

L'avancée technologique que l'on associe à la globalisation a entraîné la création de nombreuses chaînes de télévision par satellite. Celles-ci ont tenté d'atteindre une audience étrangère la plus large possible telles CNN, TV5, Euronews ou plus récemment I-télévision en France. Ces chaînes tentent de mettre en place une stratégie « englobante » qui consiste à offrir le même menu à un maximum d'individus. Or ces tentatives n'ont pas connu le succès escompté ; aussi la stratégie a-t-elle pris un nouveau tournant ces dix dernières années : celui de la régionalisation. Les programmeurs ont ajusté leurs produits aux intérêts locaux. Ainsi se côtoient certains produits conçus spécifiquement pour la région, la population locale et d'autres produits qui recouvrent un sens plus commun. Ce processus de régionalisation se réalise à travers l'emploi d'un langage spécifique et à travers des alliances avec les médias locaux. Le chercheur Stig Hjarvard¹¹ avance comme exemple la coopération entre CNN et le journal danois *Berlingske Tidende*.

« Glocaliser » l'information internationale

L'universalisation s'impose comme un concept lié intimement à celui de la globalisation : « *Au lieu de désigner l'étendue et l'unité de la scène internationale, elle décrit la capacité de certains principes, de certaines valeurs ou de certaines règles à transcender l'histoire singulière qui les ont suscités pour s'épanouir uniformément dans tous les contextes sociaux* »¹². Mettre en présence le concept de globalisation et celui d'universalité revient à se demander si le fait d'appartenir à un même monde implique nécessairement que les individus partagent les mêmes valeurs. En d'autres termes, le fait d'appartenir à un même monde engendre-t-il le développement de valeurs communes ou cela encourage-t-il le repli identitaire ?

Cette alternative nous semble réductrice. Si l'universel implique le partage d'un sens, alors on peut considérer qu'il s'appuie sur la notion d'arrachement à une culture, une histoire, une origine pour s'identifier à un « univers commun de sens ». En cela, l'universalisme s'oppose à la globalisation. La globalisation est largement identifiée à la diversité, au pluralisme et à la complexité. Pourtant, ce phénomène multicéphale ne prétend pas imposer des normes communes à tous les individus. Il ne s'agit pas de s'adapter à la globalisation qui se développe de façon immuable, mais d'intégrer la globalisation dans ses propres différences. L'enjeu actuel de la globalisation est sa réappropriation par chaque individu, et non l'adaptation à des normes universelles. On se dirige aujourd'hui vers un pluralisme négocié, un pluralisme social, identitaire, culturel, qui s'intègre dans le processus de globalisation. Un seul monde, mais hyperdifférencié, une « particularisation de cette universalité ». C'est là l'enjeu principal de tous les producteurs d'information aujourd'hui : concilier les deux dimensions que sont le global et le local.

Bien que nous nous soyons déjà bien avancés sur l'interaction entre les deux dimensions (local et global) qui constitue le nœud de la globalisation, nous devons nous arrêter sur le concept de « glocalisation ». Le processus de glocalisation peut être résumé comme la coexistence entre deux phénomènes : globalisation, localisation. La glocalisation correspond à une interpénétration du local dans le global. Il désigne, du point de vue des médias et des entreprises, la nécessité d'un compromis entre les exigences de la mondialisation des marchandises et celles des habitudes ou des cultures locales. Pour le politologue Zaiki Laidi, le « *temps mondial* »¹³ est une matrice qui s'actualise en permanence ; c'est le lieu de tous les enchaînements, mais aussi de toutes les disjonctions. Ces enchaînements et disjonctions

donnent lieu à l'apparition de médiations sociales, culturelles et régionales qui n'ont pas nécessairement pour objet de choisir entre le global et le local, mais bien de réconcilier ces deux réalités, c'est-à-dire « *diffuser le global dans le local* ».

En matière d'information internationale, cela signifie que la multiplication des sources et un contexte d'hyperconcurrence ne favorisent pas nécessairement la « mise en globalisation » de l'information, mais l'ancrage de l'information internationale et de son traitement dans la culture locale du public visé. Pour répondre à la nécessité de resituer l'information internationale dans un contexte local, les agences de presse et les différents médias emploient des correspondants locaux qualifiés : « (...) *news agencies not only find it more economical to use qualified local journalists but often get better reporting from those who know their own country, its language, and its social and political traditions* »¹⁴. L'un des enjeux du journalisme actuel est d'ancrer localement des informations du « grand large ». Celles-ci sont le plus souvent statiques, comme une description décontextualisée d'événements dont on ne peut se sentir proche que par humanité ou érudition. Il faut donner une explication systématique de ce qui est local dans l'international, de ce qui est international dans le local.

Longtemps, l'information internationale a fait l'objet d'un désintérêt de la part du grand public, plus attiré par une information de proximité, spécialisée. « *On assiste en effet à une étrange segmentation régionale des médias au moment où les phénomènes se globalisent. Les journaux locaux ont souvent appris à leurs dépens que les informations internationales font fuir les lecteurs, et que la locale est la clé de la survie.* »¹⁵ Or, il faut corriger ce constat. En effet, si l'information internationale n'occupe pas nécessairement une place de premier choix dans la hiérarchie de l'information sur le long terme, elle est aujourd'hui au premier plan depuis les attentats du 11 septembre 2001 aux États-Unis. La raison de ce regain d'intérêt pour l'information internationale ne s'explique pas uniquement par la gravité du contexte politique actuel, mais par l'évolution du traitement de l'information internationale et de ses acteurs.

Transnationalisation et information internationale : des médias transnationaux aux publics fragmentés

La transnationalisation est un concept qui s'est imposé dans les années 1970 : « *Dérivant d'une sociologie des relations internationales, il fut forgé en marge de l'école réaliste pour décrire tous les processus qui, par volonté délibérée ou par destination, se construisent dans l'espace mondial.* »¹⁶

Auparavant, on parlait de firmes multinationales. Les experts des Nations Unies ont proposé de remplacer le terme « multinational » par « transnational ». La première notion (multinational) laissait en effet croire que ces entreprises étaient à la fois la somme de plusieurs nationalités et chaque nationalité en particulier. En préférant le terme d'entreprises « transnationales », ils entendent marquer une différence d'appréciation politique. Le terme « transnational » implique l'existence d'un mouvement d'ensemble vers l'intégration au niveau mondial.

Si les flux transnationaux ne sont pas récents, leur essor s'est accéléré avec les progrès technologiques, l'un des éléments constitutifs du processus de globalisation. Qu'ils soient économiques, migratoires, religieux ou médiatiques, les flux transnationaux dépassent le cadre national du territoire. Ils s'apparentent de moins en moins à une communauté d'États en construction mais reposent davantage sur les individus, le groupe ou le réseau. Sur le plan politique, la transnationalisation se traduit par l'essor des ONG (organisations non gouvernementales) au détriment des OIG (organisations intergouvernementales) ; en matière d'information internationale, elle se traduit par la multiplication d'acteurs informationnels transnationaux. Ces derniers n'opèrent plus sur l'unité de base nationale comme auparavant, mais s'adressent à une région (Euronews), une communauté de langues dans différents pays (TV5, RFI), une communauté nationale ethnique parmi un large territoire ou potentiellement au monde entier (BBC World, CNN International).

La transnationalisation s'opère tant au niveau des acteurs de l'information internationale que des contenus. L'aire d'activité des journalistes spécialistes de l'international est de moins en moins définie selon des paramètres géographiques mais thématiques. Ainsi, le quotidien français *Le Monde* dispose d'un *desk* essentiellement consacré aux problématiques transnationales telles que le développement des religions ou le risque nucléaire. Une attention spéciale est accordée aux thèmes de l'après-guerre froide comme les relations économiques, la protection de l'environnement, le statut économique et social des femmes, et le prochain sujet qui pourra nous aider à expliquer la condition humaine.

Sous le poids de la globalisation, l'information internationale a subi de profonds bouleversements. Étymologiquement et fondamentalement, l'information internationale est liée à la notion de frontière. Or, la globalisation a brouillé la grille de lecture qui permettait jadis de distinguer ce qui appartenait au domaine de l'information internationale de ce qui n'en relevait guère. Aujourd'hui, les acteurs de l'information

internationale sont de moins en moins nombreux, ils sont regroupés au sein de conglomérats médiatiques. Pour autant, l'information internationale ne s'est pas uniformisée comme certains le laissaient entendre. Les producteurs doivent conjuguer plusieurs stratégies pour répondre aux besoins du public et faire face à la concurrence accrue. Glocalisation, transnationalisation et régionalisation de l'information internationale sont les maîtres mots de ces pourvoyeurs d'information qui visent ainsi une meilleure adaptation à des publics de plus en plus fragmentés ■

Notes

1. Held D., Mac Grew A., Glodblatt D. & J. Perraton (1999), *Global Transformations, Politics, Economics and Culture*, Stanford.
2. Held D., Mac Grew A., Glodblatt D. & J. Perraton J (1999), *Global Transformations, Politics, Economics and Culture*, Stanford. p.30.
3. Dayan Daniel & Elihu Katz (1996), *La télévision cérémonielle*, Paris, PUR.
4. Mattelart Armand (2000), « La Globalisation : les réseaux de l'économie postnationale », *Les Dossiers de l'Audiovisuel*, n°94, INA, Paris, La Documentation française, nov-déc 00.
5. Mattelart Armand (2000). « Communiquer à l'ère des réseaux », *Réseaux, Communication, Technologie, Société Hermès*, vol. 18, n°100, mai 00.
6. Ginneken Jaap Van (1997), *Understanding Global News*, Sage publications Ltd, p.113.
7. Ginneken Jaap Van (1997), *Understanding Global News*, Sage publications Ltd, p. 52.
8. UNESCO, rapport final (2001) , *Atelier sur les agences de presse à l'ère de l'Internet*, Amman, Jordanie, janvier 01, p.1.
9. Marthoz Jean Paul (1999), *Et maintenant le monde en bref*, Paris, éditions Complexe, GRIP, p.143.
10. Albert Pierre & Claudine Leteinturier (1999), *Les médias dans le monde, enjeux internationaux et diversités nationales*, Paris, Ellipses, p.59.
11. Hjarvard Stig (à paraître), *News in a Globalized Society*, Gothenburg, Sweden, Nordicom.
12. Badié Bertrand (1996), *Mondialisation, les termes du débat*, CDRom la Découverte.
13. Laidi Zaiki (1997), *Le temps mondial*, Paris, éditions Complexe, 313 pages.
14. Hachten W.A (1996)., *The World New Prism, Changing Media of International Communication*, Iowa State University Press, fourth edition, p.91.
15. Marthoz Jean Paul (1999), *Et maintenant le monde en bref*, Paris, éditions Complexe, GRIP, p.39.
16. voir *supra*, note 12.

