

L'évolution de l'international au *Globe and Mail*

Gaëlle
LUSSIAÀ-BERDOU

Journaliste,
Étudiante de 2^e cycle
School of Journalism
University
of British Columbia

En 1990, John C. Merrill s'insurgeait devant « *the vast global wasteland of crass and mass journalistic mediocrity* »¹ que constitue le monde des médias. Il remerciait toutefois le ciel – et quelques éditeurs – de préserver quelques journaux ayant encore le pouvoir d'influencer nos décideurs. Il louait leur sérieux et la qualité de leur information. Parmi les vingt « *quality* », « *elite* » ou encore « *prestige newspapers* » élus par l'auteur se trouvait le *Globe and Mail*, publié à Toronto. Ainsi, le journal national canadien devenait l'un de ces « *well-informed, articulate papers that thoughtful people the world over take seriously* »². Merrill soulignait à plusieurs reprises, comme un critère essentiel à l'étiquette « *quality* », l'« internationalité » de ces quotidiens, tant par leurs priorités éditoriales que par leur influence. Douze ans plus tard, le *Globe and Mail* est toujours considéré comme un membre de ce club prestigieux.

Pourtant, au cours des vingt dernières années, le regard du *Globe* sur l'international a beaucoup évolué. Le journal a suivi une tendance répandue dans les médias américains qui repose sur la croyance générale que le public ne s'intéresse pas à (ou n'achète pas) l'information internationale. Les rédacteurs en chef se sont succédé aux commandes, influençant le journal de leurs propres convictions. Et l'arrivée dans le paysage, en 1998, d'un concurrent de taille, le *National Post*³, a obligé le *Globe* à se renouveler.

Comment le traitement de l'actualité internationale dans les pages du *Globe* a-t-il été façonné par ces changements ? Depuis 1980, la mondialisation et l'interdépendance des États ne semblent pas avoir su « se faire entendre » et les pages du quotidien offrent somme toute aujourd'hui un espace limité (et décroissant) aux nouvelles provenant de l'extérieur des frontières de l'« Unifolié »⁴.

La petite histoire d'un quotidien national

L'ancêtre du *Globe and Mail* naît le 5 mars 1843 à Toronto. Son fondateur, l'Écossais George Brown, l'utilise d'abord comme tribune politique où il milite en faveur d'une union nord-américaine qui deviendra plus tard la Confédération canadienne. *The Globe* est à l'origine un hebdomadaire imprimé à 300 exemplaires. Il se convertit au format quotidien dès 1853 et son tirage grimpe à 6 000 exemplaires. À la mort de Brown en 1880, le journal est racheté par un consortium dont fait partie le sénateur Robert Jaffray. La famille Jaffray contrôlera la publication jusqu'en 1936, période durant laquelle sera créé le leitmotiv du journal (« *Canada's National Newspaper* ») toujours fièrement affiché en Une.

En 1936, le *Globe* (qui tire alors à 78 000 exemplaires) change de mains : un jeune financier, George McCullagh, le rachète et en profite, quelques semaines plus tard, pour le fusionner avec le quotidien conservateur *The Mail and Empire* (118 000 exemplaires), créant ainsi, dans un exercice de concentration avant-gardiste, *The Globe and Mail*. Après avoir changé de propriétaire une nouvelle fois en 1955, le journal est racheté par Thomson Newspapers Limited en 1980⁵. Enfin, en 2000, Thomson vend 70% des parts du quotidien à la compagnie Bell Canada Entreprises⁶. Thomson's Corporation ne conserve à ce jour que 20% des parts du quotidien (The Woodbridge Company Limited possède les 10% restant). En septembre 2002, l'entreprise affichait un tirage de près de 331 000 exemplaires en moyenne (268 133 la semaine et 355 020 le samedi).

Les contraintes financières ont ainsi pris de plus en plus d'ampleur au *Globe*. Paul Knox, journaliste au pupitre international⁷ à Toronto, explique que cette obligation de dégager des profits lors de chaque exercice financier a une influence négative sur le contenu du journal, qui s'éloigne de l'idéal qu'on peut se faire d'une information complète et approfondie. « *Comment peut-on exercer un véritable journalisme d'analyse, regrette-t-il*⁸, *alors que de plus en plus de journaux fonctionnent comme ça : on entre dans la salle des nouvelles le matin, on lance tout ce qu'on trouve sur le mur et on voit ce qui colle.* » Pourtant, la réputation du quotidien tient

en partie à l'espace qu'il accorde à l'actualité internationale et à l'analyse sérieuse qu'il en fait. C'est même un aspect distinctif important de sa stratégie publicitaire. Ces méthodes de promotion consistent entre autres, depuis peu, à publier des nouvelles exclusives sur le site Internet du journal en en faisant l'annonce dans sa version imprimée pour encourager les lecteurs à aller sur la Toile⁹.

Il n'en reste pas moins que le Canada est pauvre en information sur les actualités étrangères et que le *Globe* est un élément isolé dans une mer de nouvelles locales et nationales. Au sujet du manque d'intérêt apparent des lecteurs pour l'actualité internationale, l'explication donnée par le professeur de journalisme à l'Université du Wisconsin, William A. Hachten (1999) à propos du marché américain peut s'avérer éclairante et s'applique aussi bien aux Canadiens : « *By contrast, the average German, Dane, or Israeli knows more global news [than the average American] because his or her media carry more. Part of the problem is that Americans, like Russians and Chinese, have a continental outlook, living as they do in the midst of a vast landmass that encourages a self-centered, isolationist view of the world. With two friendly neighbors and protected by two oceans, Americans are slow to recognize their interdependence with others.* »¹⁰

Le traitement du globe par le *Globe*

Le *Globe and Mail* compte aujourd'hui dans ses rangs huit correspondants à l'étranger répartis entre Moscou, Pékin, Londres, Tel Aviv, Washington et New York. Ce sont trois bureaux de plus qu'en 1980. Pourtant, depuis 1990, on en a fermé sept. À cette équipe s'ajoutent quatre journalistes au pupitre international qui deviennent envoyés spéciaux outre-mer au gré des crises, catastrophes et autres sommets internationaux. Huit correspondants, c'est encore cinq de plus que son principal concurrent national, le *National Post*, qui se contente de deux journalistes en poste à Washington et d'un troisième aux Nations Unies.

Les affaires internationales ont toujours tenu une place importante dans l'histoire du *Globe and Mail*. En 1900, la rédaction envoyait déjà un journaliste couvrir la guerre des Boers en Afrique du Sud. Le *Globe* se targue aussi d'avoir été le premier journal canadien à ouvrir des bureaux en Afrique et en Amérique latine ainsi que le premier journal nord-américain à posséder son propre bureau en Chine dès la fin des années 1950. Cette situation a longtemps permis au journal de vendre ses articles issus du continent asiatique à nombre de publications nord-américaines. En fait, ce bureau constituait à l'époque une expérience si précieuse que les journalistes qui obtenaient le poste choisissaient rarement de rentrer au

bercaïl, préférant ensuite aller travailler pour le *New York Times* ou le *Time*. Les bureaux africains et latino-américains ont été fermés depuis pour des raisons budgétaires, mais un reporter continue de couvrir l'ensemble des affaires asiatiques depuis Pékin.

La multiplication des bureaux à l'étranger au *Globe* n'a pourtant jamais atteint celle connue par les plus grands journaux américains. En 1990, John C. Merrill recensait entre autres comme journaux d'« élite » le *New York Times*, le *Washington Post* et le *Christian Science Monitor*. En 1994, ces journaux possédaient respectivement 22, 19 et 13 bureaux à l'étranger alors que le *Globe and Mail* n'en dénombrait que neuf la même année. Le regard du quotidien se concentre maintenant sur ce petit nombre de points géographiques d'où lui provient une information exclusive. Comme le décrivait Philip Gaunt (1990), professeur de journalisme à l'Université de l'Indiana, « *not only does the existence of correspondents and foreign travel produce specific coverage of overseas events, it also promotes an ongoing interest in areas covered, and, as a result, future stories about those areas tend to receive preferential treatment* »¹¹.

John Stackhouse, éditeur des pages internationales au *Globe and Mail*, est d'accord sur ce point. « *C'est l'un des avantages des bureaux* », dit-il. « *Votre instinct naturel sera de publier une nouvelle provenant d'un bureau plutôt qu'un article d'un pigiste ou d'une agence.* »¹² Bien entendu, l'emplacement de ces bureaux est déterminé en fonction des endroits dans le monde qui semblent nécessiter le plus de couverture médiatique. John Stackhouse ajoute également un bémol en précisant qu'il fait partie du mandat des correspondants de se déplacer d'un bout à l'autre de la région qu'ils couvrent pour suivre l'actualité. On distingue alors de plus en plus mal la différence entre cette façon de faire et la méthode qui consiste à envoyer des reporters sur les lieux d'événements au fur et à mesure qu'ils se présentent. Il est difficile d'imaginer, par exemple, qu'un reporter à Pékin soit en mesure d'offrir une analyse poussée de tout ce qui passe sur le continent asiatique... On se rapproche alors de ce qu'un ancien journaliste du *Globe and Mail* appelle le « *journalisme American Express* ».

22 ans d'international

Le contenu des pages internationales du *Globe and Mail* s'est modifié de façon relativement constante au cours des deux dernières décennies. Une analyse de contenu sommaire démontre clairement que la tendance est à la baisse. Nous avons ici considéré comme étant des nouvelles internationales les informations concernant des événements s'étant produits à l'extérieur du Canada, qu'elles soient écrites par un journaliste

du pupitre en poste à Toronto ou par un reporter basé à l'étranger. Les nouvelles sportives et culturelles (*entertainment*) ne sont pas prises en compte. Ont aussi été écartées les nouvelles internationales publiées dans la section *Report on business*. Ce cahier économique, ajouté au journal en 1962, a pris une énorme ampleur dans l'organisation; son service d'information boursière en ligne en témoigne. Aussi, les nouvelles internationales qu'il contient proviennent, on s'en doute, majoritairement des États-Unis, ce qui fausserait une analyse des endroits privilégiés par la rédaction en termes de couverture internationale.

Un décompte du nombre de nouvelles internationales publiées dans le premier cahier du journal¹³ montre qu'en 2002, on en retrouve 46% de moins qu'en 1980 (326 nouvelles pour le mois de septembre 1980 contre 176 en septembre 2002). Cette diminution s'est évidemment faite de façon progressive : en 1990, les nouvelles internationales avaient déjà perdu 13% de leur importance par rapport à 1980 (284 nouvelles en septembre); la diminution s'est accélérée ensuite et en 2000, ce nombre était passé à 194, une diminution de 32% par rapport à la décennie précédente. Entre 2000 et 2002, cette chute s'est poursuivie dans une proportion de 9%. Ainsi, un analyste pessimiste pourrait prévoir que « si la tendance se maintient », l'année 2010 verra le contenu international du *Globe and Mail* diminuer de 45% par rapport à 2000. Une prédiction alarmante qui signifierait que le journal publierait alors en moyenne à peine plus de 100 nouvelles internationales par mois.

Un regard sur le contenu international de la Une permet toutefois d'émettre quelques nuances face à cette tendance générale. En effet, alors que le contenu international du cahier A subissait une baisse modérée entre 1980 et 1990, ces nouvelles se faisaient plus nombreuses en Une (53 nouvelles en Une en septembre 1990 contre 35 en septembre 1980) : une augmentation de 51%. L'international en Une a suivi la chute générale entre 1990 et 2000 avec une baisse de 66%¹⁴, mais remonte la pente depuis : en septembre 2002, 30 nouvelles internationales ont été publiées en première page, soit une augmentation de 66% en deux ans. Cette vitalité pourrait être en partie associée aux attentats du 11 septembre 2001. Le milieu des médias au grand complet a soudainement affirmé avoir pris conscience du fait que l'actualité internationale pouvait avoir une importance pour ses lecteurs, auditeurs, téléspectateurs et « surfeurs ». Malheureusement, si ce *mea culpa* semble se refléter à la Une du *Globe*, les chiffres cités plus haut montrent que la prise de conscience a été bien éphémère... À ce sujet, John Stackhouse ne se fait pas d'illusions : « *L'effet se dissipe. C'est ce que tout le monde disait, qu'on se*

rendait maintenant compte que les affaires internationales ont une incidence sur nous. Mais maintenant tout est redevenu comme avant. »¹⁵

Une frontière poreuse

Il faut aussi tempérer l'ampleur de la baisse du nombre de nouvelles internationales dans les pages du journal depuis 1980 en analysant la quantité et la nature des actualités américaines durant cette période. Certes, la politique étrangère américaine affecte le monde entier. Le Canada, lui, entretient avec son voisin une relation particulière qui se reflète dans ses quotidiens par une prépondérance de nouvelles en provenance des États-Unis. Dans nul autre pays, les quotidiens ne s'intéressent autant à l'Oncle Sam. Or ces nouvelles américaines étaient, jusqu'au début des années 1980, souvent des actualités locales, parfois presque des faits divers provenant de petites villes à travers les États-Unis. De 1980 à 1990, ce type de nouvelles a virtuellement disparu et on ne retrouve aujourd'hui à peu près que des actualités émanant de Washington ou New York. Les nouvelles provenant des États-Unis sont ainsi passées de 80 en septembre 1980 pour se situer autour de la soixantaine en septembre 1990 et 2000. Cette diminution compte pour une part relativement importante de la baisse enregistrée dans notre analyse entre 1980 et 1990 (48%).

L'ampleur de la baisse observée parmi le nombre d'articles concernant l'actualité internationale pourrait également être due à notre définition de l'« international ». En effet, Mylène Paradis (1993), dans une étude sur l'actualité internationale dans la presse canadienne, rejetait les nouvelles concernant des événements touchant des ressortissants canadiens à l'extérieur du Canada (un écrasement d'avion tuant 134 citoyens canadiens en Équateur, par exemple). Elle obtenait des résultats relativement différents des nôtres. Son étude montrait une augmentation du contenu des pages internationales entre 1980 et 1990. Par conséquent, on pourrait penser que les nouvelles concernant des Canadiens à l'étranger étaient plus fréquentes en 1980 qu'en 1990, mais c'est peu probable. Une telle différence dans les résultats doit donc être la conséquence du corpus de journaux choisis au hasard. En effet, si on en croit William A. Hachten (1999), les nouvelles relatant les activités de nos concitoyens à l'étranger sont plutôt en croissance dans les pages internationales : « *Certainly today the news media (...) pay less attention to foreign news. It is expensive to cover, and the consensus in the news business is that you can expect international news to turn a profit only when it is really domestic news in a foreign setting.* »¹⁶

Ce nombrilisme peut brouiller la barrière établie entre les actualités nationales et internationales. Les explications de John Stackhouse en ce qui concerne les choix éditoriaux confortent cette analyse. Pour lui, le positionnement de nouvelles internationales dans les pages correspondantes n'est pas couru d'avance. « *Ça dépend généralement de l'espace et des priorités. Par exemple la nouvelle d'hier à propos d'un Canadien emprisonné en Israël a été publiée dans la section World, mais on aurait facilement pu la mettre dans les pages National.* »¹⁷

C'est peut-être en « nationalisant » de cette façon l'information étrangère que, malgré la diminution du contenu des pages internationales, le budget alloué à ce type d'information est resté sensiblement le même au cours des dernières années. La part des ressources du *Globe* qui est décernée aux bureaux à l'étranger et au pupitre international (excluant, par exemple, les reportages à l'étranger pour les pages culturelles, sportives ou les cahiers spéciaux) avoisine bon an mal an les 5%. « *En général, les variations ont lieu quand un correspondant termine un mandat et que le bureau reste vacant quelques mois avant que son successeur ne soit prêt à s'installer* », explique Earle Gill, directeur de l'administration de la rédaction au *Globe and Mail*¹⁸. Le budget qui était jadis alloué à des bureaux sert maintenant à dépêcher des reporters sur les lieux d'événements ponctuels. « *L'une des tragédies des dernières années, c'est qu'on mise de plus en plus sur l'envoi de reporters "envoyés spéciaux" sur les lieux d'événements au fur et à mesure qu'ils se présentent. On a cru que ça suffisait, or ce n'est pas le cas. C'est un pis-aller* », déplore Paul Knox¹⁹.

La rédaction, les sources

On pourrait imaginer que la baisse en nombre absolu de nouvelles internationales soit compensée par une augmentation de la longueur des textes, du nombre de textes d'analyse ou encore de la présence de tableaux explicatifs, de graphiques, etc. Or la réalité est tout autre. Certes, l'amélioration des technologies graphiques a permis de publier plus facilement tableaux et graphiques pour appuyer et clarifier les textes ainsi qu'aérer la présentation, mais ces icônes restent assez exceptionnelles. La volonté d'améliorer la présentation visuelle du journal se traduit surtout par une augmentation de l'espace accordé à la photographie de presse.

Pendant ce temps, la tendance s'est maintenue et l'article moyen a perdu des lignes. Journaliste au *Globe and Mail* depuis bientôt 25 ans, Paul Knox a vu ses papiers subir un régime minceur. « *La nouvelle moyenne*

*au Globe est plus courte qu'il y a dix ans », dit-il. « Il y a aussi eu une diminution du temps moyen accordé à chaque nouvelle. Personnellement, je sais que je produis plus de papiers par année qu'avant. Alors ça laisse moins de temps pour creuser. Nous publions aussi moins d'enquêtes qu'avant dans les actualités internationales. »*²⁰ Si les journalistes écrivent plus de nouvelles qu'avant, ce n'est pourtant pas, comme on l'a vu, parce que le journal en publie plus, mais plutôt parce que l'équipe a été réduite. Le pupitre international regroupe aujourd'hui quatre journalistes, contre seulement deux en 1990. Malheureusement, cette augmentation des effectifs à Toronto n'a pas compensé la diminution du nombre de correspondants, qui est passé de neuf à six au cours de la même période.

Dans ses bureaux torontois, le pupitre international du *Globe and Mail* profite en ce moment de ce qu'il a hérité du début des années 1990. Cette époque faste pour les correspondants et les pages internationales a permis de former nombre de journalistes aux affaires étrangères. De retour au pays à la fin de leur mandat ou à la fermeture de leur bureau²¹, ces correspondants constituent maintenant dans la salle des nouvelles un bassin de ressources de grande valeur. Ils ont gardé de leur expérience non seulement une connaissance de la langue et du pays, mais aussi des contacts qui leur fournissent encore, jusqu'à 10 ou 15 ans plus tard, des informations précieuses. Malheureusement, à cause de la diminution du nombre de bureaux et de correspondants à l'étranger, ce *pool* de journalistes ferrés se renouvelle peu.

La rédaction compte également de plus en plus sur une pléthore de pigistes un peu partout dans le monde, dont sept ou huit sont considérés comme des collaborateurs réguliers. Pour Jonathan Manthorpe, chroniqueur international au *Vancouver Sun* et ancien journaliste au *Globe and Mail*, il est dangereux pour une rédaction de trop s'appuyer sur des journalistes à la pige. « Ils doivent vendre leurs nouvelles et ont tendance à les pousser à l'extrême », dit-il. « Ils vont aussi parfois trop loin en sachant qu'ils peuvent s'en tirer avec n'importe quoi. »²² À cela, Paul Knox ajoute qu'il manque souvent aux pigistes une bonne connaissance des lecteurs du *Globe and Mail* (qui leur permet d'ajouter à leur écriture un « *petit goût maison* ») et qu'il est parfois difficile de savoir véritablement quelles sont leurs motivations, leur attachement au gouvernement en place et leur liberté d'action.

Quant aux agences de presse, les journalistes du *Globe* et d'ailleurs s'entendent pour dire qu'en général, leur couverture internationale est de plus en plus uniforme en termes de régions couvertes et de nouvelles rapportées. Pourtant, cela n'a pas empêché le *Globe and Mail* d'augmenter le nombre des sources qu'il utilise dans ses pages. Dans les années 1980,

on pouvait lire essentiellement des dépêches de Reuter, d'Associated Press et du New York Times Service, le tout parfois partiellement ré-écrit ou combiné par le pupitre. À cela s'ajoutaient de rares reproductions de nouvelles provenant de journaux américains ou britanniques, comme le *Washington Star* ou le *Times*. Dans les années 1990, le *Globe* utilisait les mêmes agences de presse en y ajoutant les services de la revue britannique *The Economist* et de l'agence Africa Information Afrique. Dix ans plus tard, l'agence africaine n'y est plus, mais se sont notamment ajoutées au tableau l'AFP et *The Guardian*.

Si le journal est relativement fidèle dans le choix de ses sources, c'est plutôt leur présentation qui s'est récemment transformée. Entre 1980 et 1995, la dénomination des sources n'avait pas beaucoup bougé. Par exemple, l'appellation « *By Paul Knox, Globe and Mail correspondent, Mexico City* » est devenue « *By Paul Knox, Mexico City Bureau* ». L'utilisation de dépêches d'agences de presse était clairement identifiée sous le titre, même dans les cas de ré-écriture (e.g. « *Associated Press and Reuter* »). L'utilisation plus fréquente d'articles provenant de pigistes dans les années 1990 a également vu apparaître une autre dénomination : « *Special to The Globe and Mail* ». Depuis deux ans, ces appellations ont été non seulement revues, mais uniformisées. Toutes les nouvelles, internationales ou non, sont maintenant surmontées de la même formule : « *By Paul Knox, Mexico* ». On ne fait plus la différence entre un journaliste au pupitre, à l'étranger, ou une dépêche d'agence. Il faut lire l'article jusqu'au bout pour trouver, à la dernière ligne, les précisions « *Reuters News Agency* », « *New York Times with a report from The Guardian* » ou encore « *special to The Globe and Mail* », qui fait toujours référence aux journalistes à la pige.

La direction explique cette politique, mise en place le 11 septembre 2000 (en même temps qu'une réforme graphique du journal), en soulignant l'importance de reconnaître le travail de chaque journaliste, qu'il fasse partie de l'entreprise ou d'une agence. La méthode suscite une certaine confusion chez le lecteur averti, qui ne sait plus très bien qui a écrit quoi et peut aisément être amené à croire que le *Globe* possède des antennes à peu près partout dans le monde et publie un nombre fabuleux d'articles exclusifs. Du côté du pupitre international, on précise que cette décision a été prise par le rédacteur en chef, les designers et les responsables des pupitres. John Stackhouse ajoute toutefois qu'il n'a « *pas fait partie du groupe qui a pris cette décision* » et convient que cette politique « *est un peu vague* »²³.

Un loup dans la bergerie canadienne

« Au début des années 1980, explique Paul Knox, le *Globe* se cherchait une niche qu'il serait le seul à occuper. Le satellite lui a permis de devenir le premier journal canadien à imprimer des éditions différentes à travers le Canada. Avant ça, le *Globe* envoyait quelques copies par avion à Vancouver ou Halifax, mais c'était tout. Les quelques abonnés à travers le pays recevaient leur journal plusieurs jours plus tard. La stratégie était encore de créer quelque chose de différent des quotidiens locaux alors qu'aujourd'hui, nous nous considérons bel et bien comme des compétiteurs des journaux locaux. »²⁴ Cette compétition s'est grandement accrue depuis la création, en 1998, d'un second journal « pancanadien » ayant la ferme intention de s'installer dans la même niche : le *National Post*.

Alors que le *Globe and Mail* était jusque-là le seul quotidien de cette envergure au pays, Conrad Black, président du groupe de presse Hollinger, pose une bombe dans le milieu en lançant le *Post*. La création d'un second quotidien d'ambition nationale dans la région torontoise est un coup de dé pour Black, qui se dit alors prêt à perdre jusqu'à 130 millions de dollars dans l'affaire avant de s'avouer vaincu. Lorsqu'il se décide à revendre le produit, en 2001 (le journal est aujourd'hui propriété de CanWest Global Communications Corporation)²⁵, le *Post* tire à un peu plus de 310 000 exemplaires ; le *Globe*, à plus de 360 000. Les spécialistes se perdent en conjectures devant cette lutte qui perdure : « Toronto vit une situation totalement unique en Amérique du Nord. Même New York ne peut se vanter d'avoir deux quotidiens nationaux de cette qualité », confiait en 2001 le directeur de l'École de journalisme de l'Université Concordia, Enn Randsepp, à une journaliste du quotidien montréalais *La Presse*²⁶. Le *Globe*, dans cette nouvelle donne, a réussi à garder la tête hors de l'eau. Son tirage a même augmenté depuis 1998 et il conserve une longueur d'avance sur son nouveau concurrent.

Mais la création du *Post* a bel et bien obligé le journal à entrer dans une logique de *business* nettement plus évidente. C'est ainsi qu'il a subi une refonte graphique importante en juin 1998, puis de nouveau en 2000, changeant sa typographie, ajoutant de la couleur, renouvelant son design, etc. Les lecteurs se sont alors réjouis de découvrir un journal aéré, attrayant et, somme toute, beaucoup plus lisible. Le monopole du *Globe* ainsi brisé, le journal devait s'assurer la fidélité de ses lecteurs et se montrer énergique et « de son temps ». Pour survivre à cette compétition créée par la naissance du *Post*, le *Globe and Mail* a choisi, en 1999, d'engager le Britannique Richard Addis comme rédacteur en chef. Rompu à la lutte féroce qui fait rage entre les nombreux quotidiens

nationaux publiés en Grande-Bretagne, Addis avait été choisi pour assurer la pérennité du *Globe*.

Pendant son mandat, le contenu du journal a subi les contrecoups de l'inquiétude provoquée chez les éditeurs et les propriétaires par l'arrivée du *Post*. La situation s'est, entre autres choses, traduite par une diminution de l'intérêt porté à l'actualité internationale. La politique éditoriale a soudainement accordé plus d'importance et de budget aux faits divers, aux scandales et aux nouvelles nationales. À en croire Enn Randsepp, le contenu du *Globe and Mail* aurait alors subi une sorte de nivellement par le bas. « *L'arrivée du National Post a forcé le Globe and Mail à abaisser ses critères de qualité. Ils ont ajouté du potinage et du human interest et le journal est devenu moins intelligent* », affirmait-il à *La Presse*²⁷. Les lecteurs du journal ont pu s'en rendre compte. Dans son essai sur les médias, *Les oiseaux de malheur*, le journaliste André Pratte traite de la réaction du *Globe* à l'arrivée du *Post* et s'étonne de voir en Une du quotidien, le 8 avril 1999, deux tiers de page consacrés à un fait divers : un dérangé abattait quatre personnes dans un garage d'autobus à Ottawa. Le tout chapeauté d'un titre digne d'un tabloïd : « *Le visage d'un tueur* »²⁸.

Au *Globe and Mail*, le responsable des pages internationales a lui aussi pris conscience des changements apportés, tout en admettant qu'il n'est pas certain que sans ces correctifs, le *Globe* aurait aussi bien survécu à la situation. « *Le Post est beaucoup plus axé sur le sensationnel. Il est plus intéressé par le scandale. Alors nous avons dû en faire plus dans cette direction. Ils consacrent beaucoup d'efforts aux sujets nationaux, pas aux sujets internationaux. Alors nous avons dirigé nos ressources vers les sujets nationaux. Ça été une réaction de business à une situation de compétition. Sur ce marché, nous sommes les leaders qu'on essaie de doubler.* »²⁹ Même son de cloche parmi les journalistes des pages internationales. Paul Knox constate entre autres une importance accrue accordée aux stars hollywoodiennes et autres personnalités hautement médiatiques. « *Nous couvriions déjà la famille royale avant l'arrivée du Post, mais certainement pas avec autant d'attention !* », constate-t-il³⁰.

Les rédacteurs en chef

Richard Addis, qui a assuré la direction du *Globe* de 1999 à 2002, est un iconoclaste parmi les rédacteurs en chef qui ont supervisé le *Globe* au cours des dernières années. Avant lui se sont succédé des hommes aux vues bien différentes, dont l'objectif n'était pas nécessairement la compétitivité du journal (qui n'était pas un tel impératif avant 1998),

mais plutôt une information variée et de qualité. Le meilleur exemple en est Richard J. Doyle, rédacteur en chef de 1978 à 1983, et qui a marqué la mémoire collective. En 1980, Michael Enright disait de lui qu'il était « *probably the most important journalist in the country* »³¹. Encore aujourd'hui, Doyle reste un « génie » pour certains journalistes du *Globe* qui ont travaillé sous sa direction. L'international, c'était son domaine et on lui prête même un rôle dans l'ouverture du bureau de Pékin, dont le poste était considéré comme le meilleur du journal. Enright raconte qu'avec son *managing editor*, Clark Davey, « Dick » avait l'habitude de se tenir à un bout de la rédaction, les bras croisés, murmurant avec son acolyte et surveillant ses employés. « *We automatically assumed they were assaying each reporter* », écrit-il. « *This one would get fired, this one would get China.* »³²

En 1983, Norman Webster a pris la relève aux commandes du quotidien national. On lui accorde aujourd'hui une réelle volonté d'accroître l'international avec notamment l'ouverture de bureaux à l'étranger à Tokyo, Moscou, New-York, Harare et Rio de Janeiro.

Ce n'est pas nécessairement le cas de William Thorsell, rédacteur en chef de 1989 à 1999. Aujourd'hui directeur du Royal Ontario Museum à Toronto, Thorsell est très respecté dans la profession journalistique. Les journalistes qui ont travaillé au pupitre international alors qu'il dirigeait le journal soulignent que Thorsell était présent au début des années 1990, alors que la situation économique permettait des largesses comme l'ouverture de bureaux à l'étranger. Sous sa gouverne, on a en effet ouvert des bureaux à Los Angeles, au Moyen-Orient et à New Delhi, le mandat de ce dernier étant de se concentrer sur les pays en voie de développement. Mais il faut ajouter que les deux derniers bureaux cités ont été fermés depuis par l'administration même de William Thorsell, qui a aussi sacrifié les bureaux de Rio de Janeiro, Mexico, Tokyo et Harare.

En 1999, c'est Richard Addis qui prenait la relève pour un contrat de trois ans, avec comme mandat de garder le journal à flot devant son nouveau concurrent. Addis a récemment été remplacé par Edward Greenspon à la tête de la rédaction. Ses employés préfèrent, on s'en doute, ne pas commenter la compétence de leur nouveau patron en ce qui concerne l'actualité internationale. Greenspon a bien passé quelques années comme correspondant londonien du *Globe*, mais certains journalistes refusent de considérer le bureau européen comme une véritable expérience « internationale » ! Londres, c'est encore trop occidental, même si on y est souvent dépêché aux quatre coins de l'Europe...

D'autres reconnaissent cet intérêt pour l'extérieur du pays, mais précisent que le nouveau rédacteur en chef a aussi dirigé le bureau politique du journal à Ottawa et semble beaucoup plus intéressé par ce qui se passe à l'intérieur des frontières canadiennes. Il semble toutefois que la rédaction soit en pourparlers pour augmenter l'importance accordée à l'international dans un avenir rapproché. On parle même d'ouvrir des bureaux à l'étranger, sans toutefois vouloir confirmer quoi que ce soit... D'un autre côté, l'ancien journaliste du *Globe*, Jonathan Manthorpe, ne voit pas pourquoi Greenspon s'amuserait à réinventer la roue d'une entreprise qui roule plutôt bien. « *Ce serait économiquement peu judicieux de toucher à une formule qui fonctionne* »³³ ■

Notes

1. MERRILL John C. (1990) *Global elite : A newspaper community of reason*, Gannett Center Journal, vol.4, n°4, fall 90, p.95.
2. *Idem.*
3. Le *National Post*, propriété de la compagnie CanWest Global, a été lancé sur le marché canadien le 27 octobre 1998.
4. Au Québec, on désigne par l'« Unifolié » l'ensemble du Canada, en référence au drapeau canadien, orné d'une feuille d'érable, par opposition au drapeau québécois, le « Fleurdelysé », garni de quatre fleurs de lys.
5. En 1955, le journal est vendu à un financier montréalais, Howard Webster. En 1965, la publication est associée à un groupe de presse, FP publications. C'est en rachetant ce groupe que Thomson Newspapers Ltd. acquiert le *Globe and Mail* en 1980.
6. BCE est un conglomérat dont l'une des branches, Bell Globemedia, possède entre autres le portail Internet Sympatico et la chaîne de télévision CTV.
7. « Pupitre international » est la traduction de *foreign desk*, c'est-à-dire la partie de la rédaction consacrée aux nouvelles internationales.
8. Conférence présentée à l'École de journalisme de l'Université de Colombie Britannique, 12 novembre 2002.
9. www.globeandmail.com
10. HACHTEN William A. (1999), *The World News Prism*, fifth edition, Ames, Iowa, Iowa State University Press, p.33 : « *En comparaison, l'Allemand, le Danois ou l'Israélien moyen est au courant de plus de nouvelles internationales [que l'Américain moyen] parce que leurs médias en présentent plus. Le problème est en partie dû au fait que les Américains, comme les Russes et les Chinois, ont un regard continental puisqu'ils vivent sur une large étendue de terre qui encourage une vision du monde isolationniste et centrée sur elle-même. Avec deux voisins amicaux et protégés par deux océans, les Américains prennent lentement conscience de leur interdépendance avec les autres.* »

L'ÉVOLUTION DE L'INTERNATIONAL AU GLOBE AND MAIL

11. GAUNT Philip (1990), *Choosing the news : the profit factor in news selection*, New York, Greenwood Press, p.119 : « Non seulement l'existence de correspondants et de voyages produit une couverture spécifique des événements à l'étranger, mais elle produit également un intérêt constant pour les régions couvertes et, par conséquent, les nouvelles provenant de ces régions tendent à recevoir un traitement de faveur. »
12. Entretien, 31 octobre 2002.
13. Le cahier A renferme les pages nationales, internationales et éditoriales. Le décompte des nouvelles internationales prend en compte la section *International* ainsi que les nouvelles publiées en *Une*. Ce décompte exclut les brèves.
14. Nous n'avons pas compilé les 19 nouvelles concernant les Jeux Olympiques de Sydney publiées en *Une* au mois de septembre 2000. Ces nouvelles sportives n'entrent pas dans le champ de notre analyse. Il est à noter que parmi notre corpus de journaux, les Jeux Olympiques sont la seule occasion où le sport fait la *Une* du *Globe and Mail*.
15. Entretien, 31 octobre 2002
16. Op. cit., p.128 : « Certainement, aujourd'hui, les médias d'information (...) accordent moins d'intérêt à l'actualité internationale. Elle coûte cher à couvrir et le consensus dans le milieu est que vous pouvez vous attendre à ce qu'une nouvelle internationale soit financièrement rentable quand elle n'est en réalité qu'une nouvelle locale dans un décor étranger. »
17. Entretien, 31 octobre 2002. Fawzi Ayoub, un citoyen canadien de 38 ans, avait été arrêté en Palestine en juin. Les autorités israéliennes lui prêtaient des intentions terroristes et le décrivaient comme un « membre sénior » du Hezbollah.
18. Entretien, 8 novembre 2002.
19. Entretien, 13 novembre 2002.
20. *Idem*.
21. Comme John Stackhouse, rapatrié à la fermeture du bureau de New Delhi en 1999.
22. Entretien, 15 octobre 2002.
23. Entretien, 24 novembre 2002.
24. Entretien, 8 novembre 2002.
25. La compagnie possède aussi, entre autres, 16 quotidiens payants et une pléiade d'hebdomadaires gratuits à travers le Canada, sans compter un réseau national de chaînes de télévision.
26. COLLARD Nathalie (29/08/01), « Le *National Post* est orphelin », *La Presse*, B7.
27. *Idem*.
28. Pierre Lebrun avait assassiné quatre de ses collègues de travail avant de s'enlever la vie. La *Une* du *Globe* présentait une photo d'identité du meurtrier et proposait dans ses pages intérieures une série d'articles concernant l'affaire. Entre autres manchettes accrocheuses, on prétendait que l'arme du crime était « une version de l'arme qui a tué Martin Luther King ».
29. Entretien, 31 octobre 2002.
30. Entretien, 8 novembre 2002.

31. ENRIGHT Michael (1980), *A writer's newspaper*, in *Canadian newspapers : The inside story*, Edmonton, Hurtig Publishers, p.105.
32. *Idem*.
33. Entretien, 15 octobre 2002.

Bibliographie

- ENRIGHT Michael (1980), « A writer's newspaper », in *Canadian newspapers: The inside story*, Edmonton, Hurtig Publishers.
- GAUNT Philip (1990), *Choosing the news: the profit factor in news selection*, New York, Greenwood Press.
- HACHTEN William A. (1999), *The World News Prism*, fifth edition, Ames, Iowa, Iowa State University Press.
- HESS Stephen (1996), *International news and foreign correspondents*, Washington, D.C., The Brookings Institution.
- MCFARLANE James A., WARREN CLEMENTS (1998), *The Globe and Mail style book*, Toronto, The Globe and Mail.
- MERRILL John C. (1990), *Global elite : A newspaper community of reason*, Gannett Center Journal, vol.4, n°4.
- PARADIS Mylène (1993), *Le traitement de l'information internationale dans la presse écrite quotidienne : le cas de La Presse, Le Devoir, Le Soleil, Le Globe and Mail*, mémoire de maîtrise, faculté des Arts, Université Laval.
- PRATTE André (2000), *Les oiseaux de malheur : essai sur les médias d'aujourd'hui*, Montréal, VLB éditeur.

BE AND MAIL