

# Médias régionaux

**Rôle de la presse régionale dans la couverture des événements de l'Ordre du Temple solaire (Salvan). Publié in Texte et contextes, Editions Monographic, 1996, p. 33-38.**

**Mandaté par le Président de Salvan pour procéder à un "audit médiatique" de la commune -suite aux événements de l'Ordre du Temple solaire- nous livrons dans cet article des résultats partiels concernant plus spécifiquement le rôle de la presse régionale à Salvan.**

## **LA PUISSANCE DES MEDIAS LOCAUX**

Première observation: les habitants du village ne se sont pas déplacés sur les lieux du drame du moins pendant les premiers jours. Près de la majorité de la population (49,5%) a donc appris l'incendie des chalets par les médias, plus spécifiquement par la Radio Suisse Romande, mais également par Radio Rhône. Une frange non négligeable d'individus ont été informé au gré de contacts interpersonnels, en se rendant sur leur lieu de travail ou en discutant au café (24,7 %). Les médias de proximité peuvent être alors considérés comme les véritables vecteurs opérants de l'information.

## **L'IMPUISSANCE (RELATIVE) DES MEDIAS LOCAUX**

Seconde observation: dès le second jour des événements, les médias locaux et régionaux ont été confrontés à une concurrence internationale féroce. Face aux ressources des networks américains (CNN) ou même français (TF1), il devenait difficile d'assumer le leadership informationnel; la fabrication du spectaculaire nécessite d'onéreux moyens: hélicoptère, équipe d'enquêteurs sur le terrain et en rédaction, cellule image... Or la presse régionale ne peut pas toujours se permettre de jouer le même jeu: elle doit donc se replier sur d'autres stratégies, particulièrement en recourant aux agences de presses. C'est une "démission d'excellence" qui permet au médium de proximité de démontrer sa présence dans la couverture des événements locaux sans pour autant assumer la logistique nécessaire à la réalisation de cette mission.

## **L'IMPUISSANCE (PERÇUE) DES MEDIAS LOCAUX**

Troisième observation: les habitants de Salvan ne sont pas insensibles au fait d'être informés sur leur actualité locale par CNN, TF1 ou F2 (A2?): en effet la quasi totalité d'entre-eux regrette la faible couverture des médias locaux. Ils ont émis des critiques sévères -pas toujours justifiées- sur le volume accordé par la presse régionale aux événements de l'OTs: manifestement ils attendaient que *leurs* médias sachent jouer le jeu des grands médias internationaux. A ce titre, nous pouvons poser l'hypothèse que le lectorat a subtilement fait subir à ses journaux et radios habituels un examen de passage, sorte de rituel destiné à tester la qualité perçue du travail journalistique. Dans cette perspective 43% des citoyens ont complété leur information en achetant d'autres magazines et journaux (Paris-Match, L'Illustré pour certains, Le Monde, Libération pour d'autres en fonction de leur positionnement dans le champ social<sup>1</sup>). Difficile pour la régionale, reconnaissons-le, de supporter une telle concurrence.

## **Quelles conclusions?**

Détrônée par des concurrents nationaux et internationaux sur un événement local qui intéresse le global, décrédibilisée partiellement par un lectorat local exigeant, la presse

---

<sup>1</sup>Se référer à cet égard à Haefliger Stéphane, "Salvan et l'Ordre du Temple solaire: un point de vue sur les discours de réception" in Quaderni, no 28, Hiver 1996, Paris, p. 11-27.

régionale se voit enserrée dans un carcan absurde. Nous proposerons brièvement trois pistes de réflexion.

### **PREMIERE PISTE: LA REGION EST-ELLE ENCORE UN TERRITOIRE MEDIATIQUE PERTINENT?**

Le locution "presse régionale" semble naturaliser le fait qu'à certains médias soit dévolu un micro-territoire clairement délimitée. Cette "géo-politique" des médias risque d'être mise à mal par les nouvelles technologies (principalement la télévision et internet) ainsi que par l'évolution du lectorat. Le territoire d'influence du média devrait correspondre avant tout à la cartographie des intérêts des lecteurs: or les socio-styles de vie des lectorats évoluent sensiblement (élévation du niveau de formation, déplacement de l'investissement politique et religieux par exemple). On ne peut donc éviter de penser que les médias régionaux devront leur survie à leur capacité d'adaptation aux besoins informationnels de ce type nouveau de consommateur de presse, moins fidèle et plus volage. Hier le récepteur consommait de l'information locale; aujourd'hui, c'est l'information globale qui consomme des récepteurs.

### **SECONDE PISTE: COMMENT REJOUER LE JOKER REGIONAL?**

L'enquête quantitative permet de dégager un axe de réflexion plus rassurant: les Salvanins accordent à la classe journalistique un haut capital symbolique en rupture avec le discours classique sur la perte de crédibilité des médias. Ils sont considérés comme "plutôt compétents" (79, 6%); selon les villageois, la qualité de l'information a été bien soignée (83, 8%) et près de 70% des Salvanins font confiance aux récits médiatiques. Même la télévision est considérée comme un médium "objectif" par le 74, 2 % des acteurs sociaux. Cette confiance surprenante envers les médias est un véritable atout à cultiver pour les journalistes: en effet des études scientifiques ont montré que la presse régionale participe aux tramages des liens sociaux; elle est même un des ingrédients majeurs du ciment social et de l'appartenance communautaire (Wolton, Ringlet). Le binôme "crédibilité-lien social" - fondement de la démocratie- pourrait alors augurer un avenir fécond à la presse régionale. L'essor des télévisions locales américaines tend d'ailleurs à valider la pertinence de ce paradigme.

### **TROISIEME PISTE: EMETTRE LA RECEPTION TOUT EN REINVENTANT L'ACTUALITE**

Les Salvanins reprochent unanimement le manque de suivi journalistique de l'"affaire". Ils formulent par là-même un besoin informationnel qui n'est assumé ni par les journalistes, ni par les services de presse de la police, des instances judiciaires ou plus largement de l'appareil d'état. Peut-être que pour la presse régionale, la survie est contenue dans la réponse à cette demande lectorale: c'est évidemment la notion centrale d'actualité qui doit alors être revisitée, le "suivi" étant en contradiction avec l'habitus médiatique dominant; un journaliste retourne rarement sur les lieux de son crime. Peut-être demain sera-t-il obligé d'assumer un "service après vente informationnel"?

Copyright 2003 ProLitteris et Stéphane Haefliger, CH 8033 Zürich

**Stéphane Haefliger**  
**Sociologue**  
**Boulevard de Grancy 27**  
**1006 Lausanne**

Tél. perso: 021 617 31 55  
Mobile: 079 742 67 81

E-Mail: [stepcom@bluewin.ch](mailto:stepcom@bluewin.ch)