

Evolution des médias en Valais

Note de préparation à la Conférence de presse et présentation du livre Tribuns et Tribunes, Le discours politique en Valais, Editions des Musées Cantonaux valaisans – Laboratoire d’anthropologie régionale contemporaine, Sion, 1996.

Institut Kurt Bösch, Bramois, 16 septembre 1996.

1. Les lecteurs de presse d'aujourd'hui sont-ils ceux d'hier ?

L'on pourrait compléter la question par un corollaire du type: "Est-ce que les Valaisans lisent le NF aujourd'hui de la même façon qu'ils le lisaient il y a 5 ou 10 ans?", c'est-à-dire est-ce que les pratiques de lecture ou plus largement de consommation de la presse ont évolué en Valais.

Si l'on examinait sérieusement cette question, alors on pourrait distinguer sérieusement plusieurs types de lectorat qui évolue avec le temps et qui évolue parallèlement avec les modifications du paysage médiatique lui-même.

L'on pourrait alors se poser la question des postures de lecture. Les spécialistes du marketing appelleraient ça la segmentation du marché. Et l'on pourrait distinguer une lecture populaire de la presse, une lecture savante, une lecture classe moyenne, une lecture politique, une lecture oblique, etc... chaque lecteur appartenant à un positionnement spécifique dans le champ social, étant donné que le processus de lecture d'un instituteur n'est pas similaire au processus de lecture de l'agriculteur ou de l'employé Ciba Novartis.

Intuitivement nous pouvons imaginer que le regard des Valaisans sur la presse a changé. Il y a un faisceau d'arguments qui permet d'étayer cette analyse: je développerai deux éléments, un argument culturel et un argument économique.

Argument culturel

Premièrement le lectorat valaisan s'est progressivement émancipé -grosso modo- des valeurs traditionnelles, qu'elles soient politiques, religieuses ou culturelles. En cela le Valais rejoint peu ou prou le concert des cantons et des pays européens.

Ces valeurs constituaient l'horizon identitaire à la fois de la presse et du Valais.

Le Valais d'aujourd'hui -comme l'Europe d'ailleurs- est rentré dans l'ère de l'individualisme: chaque acteur social bricole sa petite vérité en fonction de sa trajectoire individuelle et refuse de s'inféoder totalement à des doctrines politiques ou à des dogmes religieux. Je vous rappelle à cet égard une étude sérieuse qui montre que 10 % des chrétiens suisses croient par exemple à la réincarnation (cf travaux du prof. R. Campiche)

Quant aux mouvements partisans, ils sont en pleine déliquescence, peinés de ne savoir comment mobiliser ou comment fédérer une base politique qui s'étiole, car pour les

citoyens les oppositions traditionnelles PS-PDC-Radicaux ou que sais-je, ne font plus sens, elles ne gouvernent plus vraiment leur vision du monde.

L'on voit bien que le parti ou la religion qui étaient des recettes réthorico-politiques pour le NF ne sont plus des institutions sur lesquelles le journal peut compter pour agréger des lecteurs nouveaux.

Argument économique

Deuxièmement, l'univers de la presse vit une restructuration douloureuse et le paysage médiatique valaisan n'échappe pas au règne de l'information-marchandise.

Le Valais s'est médiamorphosé et son paysage médiatique s'est vu de plus en plus concurrencé dans sa propre ère d'influence par quatre autres acteurs:

- **premièrement** par le développement des médias de proximité, comme les télévisions locales ou les radios régionales, les clubs de cinéma amateurs qui à leur manière, très marginalement, font de l'info. Mais le paysage médiatique valaisan est aussi contaminé par l'impérialisme du marketing et des relations publiques, puisque toutes les entreprises qui se respectent publient aujourd'hui un petit journal interne, évidemment très lu à l'externe, ou alors une lettre, du publiprésentation. Il y a donc une inflation informationnelle qui est tout-à-fait mesurable et quantifiable.
- **deuxièmement** le paysage médiatique par l'intrusion de quotidiens lémaniques en terre valaisanne, tels le *Matin*, voire le *Temps*, l'*Agefi*, plus marginalement encore par les médias francophones: le *Monde*, *Libération*, *L'équipe*, le *mMnde* diplomatique. Ces quatre journaux font un score non négligeable en Valais, infinitésimal, mais non négligeable en terme d'impact.
- **troisièmement** le paysage médiatique a été bouleversé par la prégnance de plus en plus forte des grands Networks internationaux, j'évoque ici la place de la télévision: je rappelle que les habitants de Salvan ont été informés sur ce qui se passait à 10 mètres de chez eux -je me réfère aux événements de l'Ordre du Temple solaire- par CNN ou TF1 qui sont aujourd'hui capables de couvrir le micro-local avec des moyens infiniment plus généreux que ceux du NF.
- **Enfin quatrièmement** le NF est concurrencé par les nouveaux médias, ces diableries électroniques comme les appelle Umberto Eco, je pense particulièrement tout d'abord à Internet et à son cortège de journaux en ligne, dont le *Nouvelliste* lui-même... mais je pense également à l'essor du marché du DVD Rom documentaire, pédagogique, ludique.

Le *Nouvelliste* n'est donc vraiment plus seul sur le marché de l'information. Le Valais s'est médiamorphosé si vous voulez et ces éléments nous incitent à penser que les Valaisans ne lisent plus le *Nf* comme ils le lisaient il y a 10 ans.

2. Quelle est l'influence du *Nouvelliste* en Valais ?

Le *NF* ne fait pas le Valais. C'est tout au plus un thermomètre du politique. Mais attention ce n'est pas le thermomètre qui fait la température... C'est n'est qu'un instrument, une médiation, un média.

Nous avons montré dans une recherche consacrée à l'évolution du *NF* sur les 15 dernières années, entre 1980 et 1995, que le journal se dépolitise gentiment mais régulièrement. Je distinguerai trois étapes politiques dans la vie du journal.

Première étape

C'est ce que j'appelle l'ère primaire de la « suggestion politique », entre 1980 et 1984.

C'est une période où le NF dit aux Valaisans ce qu'il faut voter et donc ce qu'il faut penser.

C'est un journal de parti, et à cette époque, journaliste est un métier de combat, au dire d'André Luisier. Il faut se souvenir que le Nouvelliste publiait quelques jours avant les votations cantonales ou fédérales un bulletin de vote reproduit à la Une du journal, bulletin de vote qui était oblitéré, c'est-à-dire qu'une main non innocente avait rempli le oui ou le non relatif à l'objet. Le NF suggère les votes avec une arrogance qui aujourd'hui étonne.

C'est dire si les journalistes devaient se sentir investi du destin politique, le journal étant le relais entre les urnes politiques et les opinions des citoyens.

Deuxième étape

C'est l'ère secondaire de l'adaptation politique, entre 1984 et 1992.

Le pacte communicationnel se mue sous plusieurs pressions: le NF propose toujours à son lectorat une ligne politique, mais elle s'adoucit, d'ailleurs à l'instar du PDC.

Apparaissent toujours les bulletins de vote, plus en page 1 mais en page 3. Ils sont vierges d'inscription cette fois, quoique accompagné systématiquement d'une recommandation de vote signée par le chroniqueur politique. Le NF s'adapte, les partis évoluent, les idées se mélangent, les citoyens élargissent leur fenêtre de perception.

Enfin, troisième étape

Entre 1992 et nos jours, c'est l'ère de la dépolitisation: les bulletins de vote sont toujours imprimés, mais les opinions du NF ne sont plus si facilement identifiables.

C'est à ce moment là que les dessins et les infographies apparaissent dans le journal, pour masquer le flou idéologique et le doute. Les infographistes recourent parfois à des subterfuges symboliques : par exemple une pyramide, dont le sommet accueille un petit oui, et le corps central un moyen non et la base de la pyramide un grand oui pour les Jeux Olympiques.

On remarque donc par cet exemple que l'idéologie politique du NF devient à géométrie variable, la vérité politique se relativise, elle devient multiple, plurielle, non exclusive.

C'est la mort apparente de la grille de lecture PDC qui n'éclaire plus suffisamment de ses lumières la complexité politique du monde contemporain.

C'est l'heure de la révolution copernicienne du Nouvelliste: il ne peut plus tenir un discours politisé identique à celui qui faisait sa spécificité, le lectorat a changé, le paysage politique a évolué, le paysage médiatique valaisan s'est modifié. Pour ce faire, il doit s'adapter.

Comment doit-il s'adapter concrètement?

En devenant un journal politique dépolitisé... qui consacre plus le sport par exemple que les débats sociaux. Le sport en Valais, sous l'influx du FC Sion et du fantasme des Jeux Olympiques ont été un véritable catalyseur transgénérationnel et transpolitique qui a été érigé en stratégie économique par le NF.

Ce qui lui permet d'agréger un nouveau lectorat jeune, c'est à dire de s'ouvrir en veillant à ne pas heurter les sensibilités présumées de ses lecteurs traditionnels.

Et quel est finalement le rôle d'un média?

Il est triple,

- informer globalement, c'est-à-dire à la fois globalement et localement,
- distraire
- et enfin rassembler, donner du sens.

J'ai l'intime conviction que les médias communs ont le privilège de fournir à la société moderne, très morcelée, un noyau commun de symboles et de sentiments partagés sans lesquels la société ne peut subsister. Sans récit, notre histoire et notre vie sociale est dépossédée: et le récit médiatique redonne donc une cohérence à une existence éparse, disloquée, individualiste et atomisée.

C'est pourquoi les médias contemporains racontent toujours la même histoire: les journalistes sont les véritables conteurs du XX^{ème} siècle et par leur art consommé du récit, ils nous sensibilisent... ils nous parlent de ce qui nous touchent, de ce qui nous affectent.

Ces récits, cette rhétorique mobilise toujours les mêmes ingrédients infractionnels: le sexe, l'argent, la justice et la mort. C'est le règne de la société du spectacle. Ces thématiques sont aujourd'hui invoquées par le NF même si la rédaction est nuancée sur les téléphones roses qui envahissent des pages entières des quotidiens sans que cela n'émeuve plus personne.

3. Les Valaisans sont-ils manipulés par la presse ?

Là encore, méfions-nous des fantasmes et des présupposés de toutes sortes. Il n'est pas démontré scientifiquement -et de loin pas- que les lecteurs du NF des trente dernières années ont porté un regard dénué de toutes critiques, ont été dupés ou manipulés.

Personne ne peut avec exactitude et méthode dire que les consommateurs de presse croient tout ce qu'ils lisent.

Ce qui ne signifie pas non plus que les lecteurs ne développent pas un regard de connivence envers leur NF. Il est clair qu'entre le Nouvelliste et les Valaisans, il y a un pacte, un contrat de lecture qui source sa légitimité dans l'histoire.

Il y a là une idée tenace et malsaine qui tendrait à dire que le lectorat moyen n'a pas les moyens intellectuels pour décoder les enjeux politiques et poser un regard critique sur le monde de l'information. Je n'y crois pas.

Pourquoi? Les recherches que j'ai menées montrent que les lecteurs sont rarement dupes du jeu médiatique et que le cliché du type "c'est vrai, je l'ai lu dans le journal" est un mythe qui contient de moins en moins de vérité.

Les récepteurs se réapproprient les informations selon leur propre grille de lecture construite par leur formation, leur éducation, leur positionnement dans le champ social, leur histoire individuelle. Ils n'intègrent donc pas mécaniquement les informations brutes.

Les lecteurs posent un regard oblique sur les informations... Ils les décodent, ils les déconstruisent, ils se les réapproprient, ils les mettent en concurrence, ils les confrontent,... bref ils les discutent.

C'est qu'ils ont appris... Les lecteurs contemporains savent que les médias racontent la réalité au rythme de feuilletons populaires palpitants: ici les aventures interminables de Charles et Diana, là l'Affaire Simpson, là-bas le scandale du sang contaminé, ou encore l'horreur pédophile de Dutrou, sans oublier le charnier de Timisoara, la guerre du Golfe ou

plus près de chez nous la saga Dorsaz...

A chacun des ces épisodes qui se répètent et qui se répètent les lecteurs comprennent les logiques artificielles de la rhétorique médiatique... Et du coup la crédibilité des journalistes est une donnée mise en péril, mise en examen par le lectorat qui est entré dans l'ère du soupçon... Internet légitime l'instauration de cette distance critique puisqu'il n'y a aucun contrôle de qualité de l'information sur le net, on y trouve autant de données tronquées et fausses que de données vérifiées.

4. Quelle est l'image du Valais qui se dégage dans les médias?

Premier point: un point de méthode

Tout d'abord permettez-moi de distinguer « image donnée » et « image reçue ».

Sans jouer le pédant de service, il est clair que l'image qui transparaît du Valais à travers ses médias mériterait une étude approfondie et l'on ne peut pas avoir la prétention de savoir avant de voir. Et une étude sérieuse démontrerait que l'image est plurielle, parce que portée par une pluralité de médias. Et l'analyse porterait sur quelle image, pour quel public, avec quelle intention, quelle stratégie, quelle réussite.

Mais une étude sérieuse montrerait enfin que l'image reçue par les récepteurs est différente de l'image véhiculée, construite par les médias, car reçue par des populations socio-culturelles différentes. L'étude sérieuse montrerait quelle perception et selon quelle logique, un peu comme j'ai essayé de le faire dans la société d'excommunication.

C'est en soi le sujet d'une thèse de doctorat et il ne serait pas inintéressant qu'une bonne âme s'intéresse à ce sujet. Pour m'être intéressé à ce thème, je peux vous dire par expérience que ça n'intéresse pas grand monde, sauf dans les colloques dans lesquels on tente de se donner bonne conscience. Et il faudra certainement attendre 2010 pour que ce chantier s'ouvre alors que d'autres cantons oeuvrent dans ce sens depuis quelques années déjà. Comme si en Valais, l'on se complaisait dans l'incertitude, les préjugés, les a priori, les "on le sait déjà"...

Deuxième point: un point d'information

J'attire votre attention sur le fait que Jean-Charles Rey a consacré un mémoire de licence sur l'image du Valais dans la presse romande, il y a près de 10 ans puisqu'il a soutenu son travail en 1990 à l'université de Genève. Mais enfin cette analyse a le mérite d'exister et il faut le dire. C'est d'ailleurs une information publique puisque le Nouvelliste a consacré le 12 avril 1991, si je ne m'abuse, un article sur ce travail de recherche. Cette recherche mettait en évidence une double image du Valais, le Valais exotique, tribu d'indien, et le Valais futuriste, siège de la modernité.

Troisième point: une pré-analyse personnelle

Le Valais n'arrive pas à s'émanciper de sa triste image du "Trou de Culture": une pré-analyse rapide me montre qu'il est évoqué systématiquement selon 3 axes:

- un axe "anecdotique",
- un axe "grande réserve d'Indien",
- un axe "tradition-modernité".

Soit en termes d'anecdotes (dont l'exemple le plus criant était le récit du gypaète barbu, ou encore le loup du Val Ferret, ou enfin le lynx) c'est-à-dire de petites historiettes caricaturales qui mettent en scène un Valais préoccupé par des problématiques ancestrales (la domestication des animaux) et qui réduisent le Valais à ce qu'il n'est pas, c'est-à-dire des exagérations folkloriques.

C'est ce que je nommerai pour la circonstance l'axe du mythe montagnard: nous sommes des fils de la montagne et nous le restons, malgré la modernité qui nous envahit. La figure

mythologique des vaches et l'univers des combats de reine sont l'illustration patente de ce discours sur le Valais. On est un peu victime du marketing et de la promotion économique, puisque le combat de vaches aujourd'hui c'est un instrument de promotion touristique.

La deuxième image médiatique du Valais renvoie au Valais défini ou perçu comme le grand village, fonctionnant sur des logiques semi-mafieuse (Affaire Dorsaz, Affaire Savroz, FA-18), avec comme mythe fondateur la famille, c'est-à-dire le Valais villageois, uni et solidaire au sens où Chappaz l'entend: une Valais où "chacun se connaîtrait et serait responsable de son frère"¹, mais aussi la liberté: un peu comme si le Valais apparaissait comme un espace privilégié, bien en dessus des lois, bien en delà de la Berne fédérale, bien différente du canton de Vaud où tout est policé, arrangé, surveillé, protocolé, administré. Il y a là le mythe du Valais libertaire (Farinet), c'est la tribu d'indien rebelle qui résiste à l'envahisseur, c'est le Valais des clans, pour reprendre la thèse de Windisch sur le Chermignon politique.

Et le NF en tant que média dominant joue un rôle fondamental dans la co-construction de cette image. Pourquoi? Parce qu'un quotidien tel le Nouvelliste génère du lien social.

Et j'ai l'intime conviction que les médias communs ont le privilège de fournir à la société moderne, qui est très morcelée, un noyau commun de symboles et de sentiments partagés sans lesquels la société ne peut subsister. C'est toute la théorie du récit de Paul Ricoeur: sans récit, notre histoire et notre vie sociale est dépossédée: et le récit médiatique redonne donc une cohérence à une existence éparse, disloquée, individualiste et atomisée. Le Nouvelliste joue ce rôle en Valais: il rassemble, il fédère, il donne à partager aux Valaisans la même image du Valais. C'est un dénominateur commun à partir duquel la vie sociale peut s'organiser.

Enfin, après le Valais des anecdotes et le Valais tribu d'Indien, la troisième image médiatique renvoie enfin au Valais politique qui hésite entre conservatisme et modernisme. Je ne crois pas qu'il est nécessaire de développer.

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

¹ Cité in Pierre Hazan, Le mal suisse, Editions Stock, 1998, p. 88.