

# Conférence Alain Clavien

Prof. Université de Fribourg

# Vie et mort de la presse romande

**Le Châble** - Musée de Bagnes

Mercredi 28 février 2018

20 heures - **Entrée libre**

## Vie et mort de la presse romande

Partant de l'exemple romand, cette conférence s'attachera à montrer l'évolution générale de la presse écrite aux 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> siècles. En fait durant plus d'un siècle, la presse politique représente la grande majorité des titres et un idéal de journalisme défini par son engagement direct dans les luttes politiciennes.

Dès la seconde moitié du 19<sup>e</sup> siècle cependant, la presse de divertissement et d'information, politiquement neutre, prend de plus en plus de place, même si sa légitimité est très contestée jusqu'au début du 20<sup>e</sup> siècle. Entre-temps, le monde de la presse, longtemps insouciant des questions économiques, est devenu industriel, et il adopte un modèle où la publicité joue un rôle grandissant. Dans le même temps, le journalisme devient par ailleurs une profession à plein temps, qui tente de s'émanciper, de se définir et de s'organiser.

L'entre-deux-guerres est une période de bascule, qui voit plusieurs modèles cohabiter, avant que les années 1960 ne marquent le déclin accéléré de la presse politique et d'opinion, soumise par ailleurs à une concurrence rude de la part des nouveaux médias, radio et télévision. Le journalisme politique cède la première place au journalisme d'investigation et d'information, qui apparaît nécessaire à l'exercice de la fonction de citoyen. De média triomphant, la presse politique devient marginale, cédant le terrain commercial et légitime à la presse d'information qui se pose en contre-pouvoir. Cette mutation s'accompagne de la disparition de nombreux titres et d'une concentration des entreprises de presse, tandis que la publicité pèse d'un poids toujours plus lourd dans les budgets des journaux et que les investissements techniques prennent l'ascenseur.

Lorsque Internet se généralise et l'information semble devenir un produit gratuit, la tentation est forte de sortir des journaux «gratuits», dont la viabilité est assurée par la seule publicité. Le modèle séculaire est ainsi remis en cause, de même qu'est remis en cause le modèle du journalisme professionnel, ouvrant la porte d'une période incertaine.



**Alain Clavien** est né à Sion en 1957.

Il couronne ses études de Sciences politiques à Lausanne par une thèse d'histoire intitulée « Les helvétismes. Intellectuels et politique en Suisse romande au début du siècle » (en bas, 1993). Il est nommé professeur d'histoire contemporaine à l'Université de Fribourg en 2003. Ses recherches portent sur l'histoire culturelle de la Suisse, sur l'histoire des intellectuels et sur l'histoire de la presse à laquelle il a consacré plusieurs ouvrages.