



Sur le **journalisme**
About **journalism**
Sobre **jornalismo**

Vol 7, n°2 - 2018



LOCAL
JOURNALISM
JORNALISMO
LOCAL
JOURNALISME
LOCAL
PERIODISMO
LOCAL

EDITEURS / EDITORS / EDITORES

François Demers (Université Laval, Canada) • Florence Le Cam (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Fábio Henrique Pereira (Universidade de Brasília, Brasil) • Denis Ruellan (Université Paris-Sorbonne, France)

CONSEILS SCIENTIFIQUES / SCIENTIFIC BOARD / CONSELHOS CIENTÍFICOS

Zélia Leal Adghirni (Universidade de Brasília, Brasil) • Henri Assogba (Université Laval, Canada) • João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal) • Jean Charron (Université Laval, Canada) • Rogério Christofolletti (Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil) • Béatrice Damian-Gaillard (Université de Rennes 1, France) • Salvador De León (Universidad Autónoma de Aguascalientes, Mexico) • Juliette De Maeyer (Université de Montréal, Canada) • Javier Diaz Noci (Universidad Pompeu Fabra, España) • David Domingo (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Chantal Francoeur (Université du Québec à Montréal, Canada) • Marie-Soleil Frère (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Mike Gasher (Concordia University, Canada) • Gilles Gauthier (Université Laval, Canada) • María Elena Hernández Ramirez (Universidad de Guadalajara, Mexico) • Thais de Mendonça Jorge (Universidade de Brasília, Brasil) • Eric Lagneau (LIER – EHESS, France) • Sandrine Lévêque (Université de la Sorbonne, France) • Kenia Beatriz Ferreira Maia (Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil) • Pere Masip Masip (Universidad Ramon Llull, España) • Cláudia Mellado Ruiz (Universidad de Santiago, Chile) • Dione Oliveira Moura (Universidade de Brasília, Brasil) • Véronique Nguyen-Duy (Université Laval, Canada) • Greg Nielsen (Concordia University, Canada) • Raúl Hernando Osorio Vargas (Universidad de Antioquia, Colombia) • Sylvain Parasié (Université Paris-Est, France) • Laura Pardo (Universidad de Buenos Aires, Argentina) • Valérie Jeanne Perrier (Université Paris-Sorbonne, France) • Guillaume Pinson (Université Laval, Canada) • Mauro Pereira Porto (Tulane University, USA) • Franck Rebillard (Université Sorbonne nouvelle, France) • Viviane Resende (Universidade de Brasília, Brasil) • Rémy Rieffel (Université Panthéon-Assas, France) • Roselyne Ringoot (Université Grenoble Alpes, France) • Julien Rueff (Université Laval, Canada) • Eugénie Saitta (Université de Rennes 1, France) • Lia Seixas (Universidade Federal da Bahia, Brasil) • Nikos Smyrniotis (Université Toulouse 3, France) • Jean-François Têtu (IEP de Lyon, France) • Marie-Eve Thérenty (Université Paul Valéry, France) • Annelise Touboul (Université de Lyon 2, France) • Adeline Wrona (Université Paris-Sorbonne, France)

EQUIPE ÉDITORIALE / EDITORIAL TEAM / EQUIPE EDITORIAL

Cristiano Anunciação (assistant éditeur) • Elodie Bourgneuf, Textotexte (correction) • Yann Le Sager, Zen-at-work.com (conception graphique) • Helmut Obermeier (traduction) • Cédric Tant (traduction) • Victor Wiard (assistant éditeur et traduction)

La revue est présente en ligne (www.surlejournalisme.com/rev). L'intégralité des articles est consultable. Vous pouvez vous inscrire pour connaître les appels à publication, les parutions de nouveaux numéros. Vous pouvez aussi déposer vos propositions d'article directement sur cet espace.

The Journal is online (www.surlejournalisme.com/rev). Its articles are all available for consultation. You can subscribe to be informed of the calls for publication as well as the new publications. You may also upload your own proposals on the platform.

A revista está disponível online (www.surlejournalisme.com/rev). A versão integral de todos os artigos pode ser consultada. Você pode se cadastrar para ser avisado sobre a abertura de uma chamada de trabalhos ou publicação de uma nova edição da revista. Neste espaço, você também pode submeter um artigo.

ISSN : 2295-0710

Numéros publiés - Published issues - Números publicados

- 2018** *Vol. 7, n°1*
Journalisme et risques
Journalism and risks
Jornalismo e riscos
- 2017** *Vol. 6, n°2*
Comparaison en journalisme, médias et politique
Comparison in journalism, media and politics
Comparação em jornalismo, mídia e política
- Vol. 6, n°1*
Pobreza e jornalismo
Poverty and Journalism
Pauvreté et journalisme
- 2016** *Vol. 5, n°2*
Normes des chercheurs -&- Éditorial et débat public (numéro double)
Norms of researchers-&- Editorial and public debate (double issue)
Normas dos pesquisadores -&- Editorial e debate público (edição dupla)
- Vol. 5, n°1*
Correspondants à l'étranger
Foreign Correspondents
Correspondantes internacionais
- 2015** *Vol. 4, n°2*
Online Journalism and its Publics
Le journalisme en ligne et ses publics
O jornalismo online e seus públicos
- Vol. 4, n°1*
Journalisme et réseaux socionumériques
Journalism and Social Networking Sites
Jornalismo e redes sociodigitais
- 2014** *Vol. 3, n°2*
Journalisme et dispositifs mobiles
Journalism and Mobile Devices
Jornalismo e dispositivos móveis
- Vol. 3, n°1*
Les invisibles du journalisme -&- L'image d'actualité (numéro double)
Journalism's 'invisibles' -&- The news image (double issue)
Os invisíveis do jornalismo -&- A imagem noticiosa (edição dupla)
- 2013** *Vol. 2, n°2*
Le « Gouvernement » des journalistes
The "Government" of journalists
O "governo" dos jornalistas
- Vol. 2, n°1*
Sources et flux de nouvelles
Sources and flow of news
Fontes e fluxos de notícias
- 2012** *Vol. 1, n°1*
L'entretien de recherche avec des journalistes
Research interviews with journalists
A entrevista de pesquisa com jornalistas



Sumário Summary Sommaire

Local Journalism Jornalismo local Journalisme local Periodismo local

Local Journalism	4
Reuniting with its audiences	
Jornalismo local	12
Reencontrando seu público	
Journalisme local	20
Retrouver son public	
Periodismo local en Europa	28
Reencontrando a su público	
<i>Josep Àngel Guimerà, David Domingo, Andy Williams</i>	
Innovating contextual genres.....	36
A strategy to sustain regional democratic relevance?	
<i>Birgit Røe Mathisen, Lisbeth Morlandstø</i>	
Los cibermedios locales e hiperlocales en España y Portugal	50
La fase de búsqueda de modelos	
<i>María-Cruz Negreira-Rey, Xosé López-García, Ana-Isabel Rodríguez-Vázquez</i>	

Participation in Local Journalism.....	64
Assessing Two Approaches through Access, Dialogue and Deliberation <i>Laura Ahva, Victor Wiard</i>	
Vers une polyphonie énonciative de proximité ?.....	88
Pages Facebook de communautés, crowdfunding et presse locale en ligne <i>Pauline Amiel</i>	
Commentaires dans la Presse Quotidienne Régionale française en ligne et politisation du local	92
<i>Franck Bousquet</i>	
Des journalistes d'investigation face au « 5 ^e pouvoir ».....	108
Étude des modes de collaboration, de négociation et de conflit avec des sources officielles influant sur la publication d'enquêtes en Suisse romande <i>Gilles Labarthe</i>	
What We Talk about When We Talk about Local Journalism.....	126
Tacit Knowledge during the Digital Shift <i>Karianne Sjørgård Olsen</i>	



Local Journalism in Europe

Reuniting with its audiences

JOSEP ÀNGEL GUIMERA

Profesor agregado
Universitat Autònoma de Barcelona
Espanya
josepangel.guimera@uab.cat

DAVID DOMINGO

Chaire de journalisme
ReSIC-LaPIJ
Université libre de Bruxelles
Belgique
david.domingo@ulb.ac.be

ANDY WILLIAMS

Senior Lecturer
Cardiff University
United Kingdom
WilliamsA28@cardiff.ac.uk



The disappearance of long-established traditional media, staff reductions, takeovers of smaller local companies by large (trans) national companies and the appearance of new kinds of digital journalism have resulted in profound changes in local ecosystems. This has generated a need for knowledge that is as evident to academics as it is, and possibly even more so, to media professionals themselves. Scientific interest in local information has been nurtured by a normative perspective on the importance of journalism for political life and public debate in places where there may be fewer publications than in national and international markets. Over the last decade, this interest has translated into the birth of specialised projects and research centres, as well as a number of books and articles exploring different facets of the challenges and evolution of local journalism.

This special issue *About Journalism – Sur le journalisme – Sobre jornalismo* aims to contribute to the debate on some of the tensions experienced by local journalism, which mirror the general situation of the profession, and the same time show the wide range of solutions adapted to particular contexts. Local media ecosystems are microcosms where the global trends of journalism take on specific characteristics. These are information markets of varying size, but what they have in common is the proximity between the producers and the consumers of information: journalists, sources and the public. The exploration

Pour citer cet article

Référence électronique

Josep Àngel Guimerà, David Domingo, Andy Williams, « Local Journalism in Europe : reuniting with its audiences », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 7, n°2 - 2018, 15 décembre - December 15 - 15 de dezembro.
URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

of how that proximity is (re)articulated is central to the contributions of this special issue. They analyse the general panorama as well as specific cases of six European countries: Belgium, France, Norway, Portugal, Spain, Sweden and Switzerland. In this introduction we set out the main initiatives structuring research into local journalism in Europe and the USA and their mutual academic and cultural influence in this area. We then offer a review of the main lines of work in the most recent scientific literature to put the contributions in this issue into perspective. Finally, we propose possible future research agenda opened up by these contributions and which defend the importance of the study of public communication processes in the local ambit.

GROWING ACADEMIC INTEREST

the growing interest in local journalism among researchers is often accompanied by a sense of urgency, the feeling of approaching an object of study in danger of extinction, and the desire to contribute to its survival. In the USA, several research centres and authors have addressed the challenge in the form of reports and monographs. In 2014, the Geraldine L. Dodge Foundation led the launch of the Local News Lab (now upheld by the Democracy Foundation) with the aim of exploring new forms of local journalism and its funding in New Jersey. As part of this project, Napoli et al. (2015) carried out research which highlighted the differences in “*infrastructure, output and performance*” in three communities in New Jersey. A year later they published *Lessons Learned from the Local News Lab* (De Aguiar & Stearn, 2016), where they summarised the findings of the first experiments. The Pew Research Center (2015) analysed the state of local journalism in three metropolitan areas of the United States. In 2016, the University of North Carolina set up the Center for Innovation and Sustainability in Local Media (CISLM), sponsored by the Knight Foundation. Since then three reports have been published by Penelope Mucse Abernathy (2016, 2017 and 2018) on the changes in local markets, with special attention to the proliferation of “*news deserts*.” Radcliffe & Ali (2017), in their extended research for the Tow Center for Digital Journalism, approached the questions of how “*small-market newspapers*” are responding to the disruption of digital technology. The concern of the University of Columbia about these media is significant and has led the Columbia Journalism Review to create a map¹ of the so-called “*news deserts*” produced as the result of the disappearance of local newspapers over the whole country. Finally, in 2018, the News Measures Research Project of Duke University carried out research, again led by Napoli, which highlights the scarcity of local news that has

a social value in small and medium sized communities in the country (Napoli et al, 2018). This is a worrying fact according to the normative view mentioned above.

Several other books stand out in the period under consideration. In 2013, two case studies showed the changes in the local media ecosystem of Philadelphia (Anderson, 2013) and Connecticut (Kennedy, 2013), demonstrating how vague were the digital news strategies of local newspapers and broadcasters on the wake of blogs, information activists and not-for-profit projects. One year later, Abernathy published her first contribution to the field (2014) with a proposal to try to guarantee the long-term economic profitability of local newspapers. Lloyd & Freedman (2016), in their eloquent *The communication crisis in America, and how to fix it*, also pay special attention to the crisis of local information and how this (negatively) affects the news requirements of the communities. Along a similar line, but centred on local television, Ali (2017) considers the problems in defining – and therefore regulating – local television in the twenty-first century in the US, UK and Canada. These limitations put at risk the long-term viability of local information, both in terms of the concentration of businesses and colonisation of local markets.

In Europe, the UK concentrates many of the contributions in this field, with the early leadership of the Reuters Institute for the Study of Journalism of the University of Oxford. In 2009, it published the Currah Report with possible solutions to the “*serious funding crisis*” for local and regional news, which could lead to the emergence of “*news gaps*” in the UK. In 2014, the centre organised the conference “*Local Journalism around the world: professional practices, economic foundations, and political implications*”. An international selection of contributions was included in the book *Local News* (Nielsen, 2014), which became an obligatory reference in research into contemporary local journalism. It analyses the importance of local media in different aspects of community life, how economic crisis and digitization affect them and what strategies are applied in different countries to tackle these problems. Avoiding new news gaps and maintaining the centrality of local media in public life seems to be a common concern for all authors. In 2018, one study collected evidence from Finland, France, Germany and the UK and gave a new account of the challenges and opportunities that local and regional newspapers have in the face of digitization (Jenkins & Nielsen, 2018).

Charity organisations in the UK have financed research into the subject, with a special concern about

the impact on democracy and the life in local communities. In 2010, Media Trust published a pioneering study on the news requirements of local communities (Fenton et al, 2010). Nesta launched the Destination Local programme, “aimed to support the next generation of hyperlocal media services in the UK”. It published a map of the sector in the UK (Radcliffe, 2012), and in 2016 a report on the funding models of hyperlocal projects. From an analysis of five countries in Europe, it showed the different strategies for strengthening business models for this type of initiative (Cook et al, 2016).

In turn, *Understanding the Local Media* by Meryl Aldridge (2007) represented an important starting point for systematising knowledge about press, radio and televisions during the initial period of change. Ramsay & Moore (2016) focussed on the decline of local newspapers, a possible democratic deficit and its political implications. Also, in the UK, a diverse group of researchers has provided the driving force for research into the so-called hyperlocals. The most recent result of this initiative is the publication of *Hyperlocal journalism: The decline of local newspapers and the rise of online community news* (Harte, Howells and Williams, 2018), which explores whether, and in what ways, amateur and community news outlets compensate for the loss in professional news coverage, often from a position of great economic fragility. Finally, Baines & Gulyas are currently editing the *Routledge Companion to Local Media and Journalism* with a worldwide distribution and due to be published in the first half of 2019.

CRISIS, PUBLIC PARTICIPATION AND IMPACT ON THE COMMUNITY

if all the above references demonstrate the interest in local journalism, it is in the scientific articles that we can appreciate the breadth and diversity of this vibrant line of research. Concentrating on Europe, as the geographical area which this issue has ended up focussing on, in the last decade there have been dozens of contributions in the main scientific journals specialised in journalism. If the publication of special issues and books on the subject has been a phenomenon especially significant in the last three years, the articles indicate that there was already significant research interest at the beginning of the decade. Geographically, the contributions by the UK and Scandinavian countries continue to be considerable compared with those from countries in central Europe and the Mediterranean. A thematic analysis of this set of texts allows four main groups of contributions to be identified: the economic crisis of local printed media and the emergence of the hyperlo-

cal phenomenon; the question of the participation and content produced by the public (User Generated Content, UGC); the impact of all these changes on the lives of the communities (hyper)local media serve; and the changes in local journalistic culture, with the professional identity of journalists as the focus of attention. The articles that you can read in this special issue are concerned with one or several of these topics.

Concern for the paper crisis has led to research into innovation and possible future business models. Cawley (2016) analysed the newspaper crisis in Ireland, while Rouger (2008) did the same in France and Wadbring & Bergstrom (2017) analysed 30 years of evolution in Sweden. Olsen & Solvoy (2018) presented Norwegian newspaper strategies to implement paywalls and Boyles (2017) described the strengths and weaknesses of journalism hackathons as instruments for journalistic innovation in nine countries. In this issue, Birgit Røe Mathisen and Lisbeth Morlandstø look at the attitude of journalists towards innovation – not just in relation to technology, but also journalistic genres and work practices. Their article documents the tensions between economic motivation and democratic ideals in the definition of local journalism, and the innovations adopted by two regional Norwegian newspapers. The overall image is one of a crisis in local print journalism which takes slightly different shapes nationally, but which presents a common decline in circulation and problems when it comes to monetising the digital editions, which also require innovative forms of presenting the journalistic product.

Several of the authors state that (some of) the problems behind the growing weakness of print media are being addressed by hyperlocal digital media and the exploration of different business models and business organisational structures. Different research has attempted to explain the appearance of this new media in European countries such as Spain and Portugal (López et al., 2016; Pardo, 2016), the UK (White et al, 2017) and Sweden (Leckner et al, 2017). Also, more sophisticated studies attempt to look more deeply into the way in which they operate (van Kerkhoven & Bakker, 2014), detect the legitimising resources behind their appearance (Harte et al, 2016), how they are economically sustained (Kurius et al, 2010) and what value they have in the media system as a whole (Williams et al, 2015). The changes that these media introduce into the system and their relationship with “*legacy media*” (Nygren et al, 2017), as well as their capacity to fill news gaps also appear on the research agenda (Barnett & Townend, 2014). The result of all these articles together is that of a heterogeneous sector dealing with a wide range of local situations but which tends

to seek to satisfy specific news requirements while fighting to find sustainable business models that avoid economic precariousness and the prevalence of amateurish products. In this special issue, María-Cruz Negreira-Rey, Xosé López-García and Ana-Isabel Rodríguez-Vázquez offer a joint overview of local digital media in Spain and Portugal, from its business structure and model to its relationship with its audiences and spaces for participation.

Audience participation is precisely one of the biggest topics in contemporary research into local journalism². Several contributions attempt to report on how the public participates in the creation and diffusion of content, on the limits for doing so and on the implications for journalism, both practical and philosophical (Lewis et al, 2010; Costera, 2010; Paulussen & D'heer, 2013; Karlsson & Holt, 2014; Canter, 2013; Ardizzoni, 2013; Dickens, 2014; Carlsson & Nilson, 2016; Wiard & Simonson, 2018). At the same time, the quality of UGC and how it is perceived by professionals and audiences have also attracted the interest of researchers in some European countries (Singer, 2010; Canter, 2012, Frölich et al, 2012). Laura Ahva and Victor Wiard offer in this issue a systematic analysis of the dynamics of public participation in two very different projects: a not-for-profit media outlet in Brussels and a free newspaper managed by professional journalist in Stockholm. These cases show how every context generates different ways of participation which, in turn, shape the role of members of the public in journalism, and the role of the media in the public sphere. In a piece of meta-research on the results obtained by research on citizen journalism, Wall (2015) indicated the ambivalent sense that this citizen involvement has had, showing signs of both enrichment and problems and limitations.

All the dynamics noted in the preceding research lead to a change in the relationship of (local) audiences with the media and, therefore, their ability to affect community life. Articles such as those by Leupold et al. (2016), Wiard & Pereira (2018) and Firmstone & Coleman (2014) try to show how local media reflect their communities and the implications that this coverage may have on aspects such as political behaviour or quality of life. They also examine how a reciprocal relationship is produced between hyperlocal media and its audiences (Harte et al, 2017). In this issue, Pauline Amiel concentrates on the presence of French local media on Facebook and on their crowdfunding campaigns as a strategy to “rebuild” their local bond with the readers. Franck Bousquet, on the other hand, explores the comments section in news stories as a representation of the local public sphere. The case of a newspaper from southern France enables him to observe how

certain dynamics of participation connect the local with national political trends, de-naturalising the local political debate.

Along a similar line, the access of sources to the media has also been a point of interest for researchers in local journalism, who have detected how institutional sources can come to dominate the news agenda (O'Neill & O'Connor, 2008), although those that are not linked to the elites are emerging in some countries (Splendore, 2017) and “radical non-official sources” seek out ways of being recognised as viable (Taylor, 2015). At the same time, the need to re-think the models of newsgathering at a time of change to recover the beat of local journalism seems clear (Dick, 2012). In connection with this, the article by Gilles Labarthe in this issue analyses the evolution of the relationship between local journalists and sources in the context of the digitization of public communication in Switzerland. Beyond the domination of the media agenda by institutional sources, Labarthe shows that the increase in content production by sources on their websites and social media networks ends up making the job of investigative journalism more complicated, with problems of access and attacks on its legitimacy.

Other authors have shown that these changes and tensions are, in turn, modifying local journalistic culture, both in terms of the identity and the values that journalists profess –especially professionalism – and their own perceptions of their tasks. Some tensions have been detected in Germany where, despite everything, professionalism is dominant (Harnischmacher, 2015, see also Chadha, 2016, for the case of the US). There is evidence of change in the professional self-perception in the UK and Norway (Firmstone, 2015; Hatcher & Haavik, 2013). In this special issue, Karianne Sjørgård Olsen shows how Norwegian journalists working for local newspapers and public broadcasting stations position themselves in regard to digitization, and how they reconsider their professional identities, their relations with the public and their professional practice.

FUTURE CHALLENGES: THEORISATION, HISTORICAL AND COMPARATIVE PERSPECTIVE

despite the large number of special issues and articles published over the last decade, there are still some gaps in our knowledge and needs for more in-depth research about an object of study which is by definition heterogeneous and highly dynamic. A review of the literature reveals a crucial pending challenge in research into local journalism: all of these developments have placed on the table the

need to conceptually (re)think local information, but the work put into theorisation has been scant. Metzgar et al. (2011) considered a very complex aspect that is seen in much of the research on hyperlocal media: the need to correctly define a new phenomenon, that at the same time feeds from previous traditions and also contemporary experiences. Hess (2013) proposes abandoning concepts that are excessively rooted in notions of territory and recasting the local newspaper as a “*geo-social news*”. This is an attempt to overcome the conceptual problems posed by defining media solely by territorial limits. Finally, Nielsen (2016) highlights how in Denmark the same local newspaper can be conceptualised in different (even opposing) ways by members of its audience. This illustrates the importance of public perceptions when it comes to understanding (and defining) local media. A more profound approach to audience needs, interests and perspectives could help with this necessary effort to theorise and, of course, to a greater understanding of the media itself from a perspective that has not always been sufficiently taken into account.

The conceptual and theoretical challenge could also benefit from the comparisons proposed by Ahva & Wiard, or Negreira-Rey and their colleagues in this special issue. Contrasting similar trends in different cultural, economic and political contexts could help to test the explanatory capacity of new

analytical models, but it also poses the challenge of negotiating theoretical, epistemological and methodological distances in different scientific traditions (Vera-Zambrano & Powers, 2017)³. In making these comparisons, it would be very useful to include other countries from southern and eastern Europe and extend the focus to other continents. There are communication ecosystems in place with a very long tradition in local media, but they are scarcely present in the international research circuit, if at all. On the other hand, one of the research strategies that we miss in some of the most recent studies on digital journalism is the historical perspective. As Metzgar et al. (2011) rightly point out, current changes can be better understood if we look at their origins and references, the evolution of local communication projects through the decades of development and often of fight to defend their existence.

The historical perspective, the intensification of audience-centric approaches and efforts to make comparisons, together with theorisation which is sensitive to new situations and configurations in the local space, will allow a deeper reflection on the redistribution of legitimacies in local news production and the position of media professionals in an ecosystem filled with new voices that do not always get to be heard.

NOTES

1. https://www.cjr.org/local_news/american-news-deserts-donuts-local.php

2. In the same way that it is a principal topic in studies on journalism in general. See the special issue “Le journalisme en ligne et ses publics” in volume 4(2) of *Sur le journalisme* (2015).

3. See the special issue “Études comparatives sur le journalisme, les médias et la politique” in volume 6(2) of *Sur le journalisme* (2017).

WORKS CONSULTED

- Abernathy, P. M., 2014. *Saving Community Journalism: the path to profitability*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Abernathy, P.M., 2016. *The Rise of a News Media Baron and the Emerging Threat of News Deserts*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Abernathy, P.M., 2017. *Thwarting the Emergence Of News Deserts*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Abernathy, P.M., 2018. *The Expanding News Desert*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Ardizzoni, M., 2013. Tactical media practices in Italy: The case of Insu^{tv}. *Journalism*, 14(7), 868-884.
- Anderson, C. W., 2013. *Rebuilding the News: Metropolitan Journalism in the Digital Age*. Philadelphia: Temple University.
- Aldridge, M., 2007. *Understanding the Local Media*. London: McGraw-Hill Education.
- Ali, C., 2017. *Media Localism: The Policies of Place*. Champaign: University of Illinois Press.
- Barnett, S., & Townend, J., 2015. Plurality, policy and the local: can hyperlocals fill the gap? *Journalism Practice*, 9(3), 332-349.
- Boyles, J. L., 2017. Laboratories for news? Experimenting with journalism hackathons. *Journalism*, First published October 2017, DOI: <https://doi.org/10.1177/2F1464884917737213>
- Canter, L., 2013. The misconception of online comment threads: Content and control on local newspaper websites. *Journalism Practice*, 7(5), 604-619.
- Carlsson, E., & Nilsson, B., 2016. Technologies of participation: Community news and social media in Northern Sweden. *Journalism*, 17(8), 1113-1128.
- Cawley, A., 2017. Johnston Press and the crisis in Ireland's local newspaper industry, 2005–2014. *Journalism*, 18(9), 1163-1183.
- Chadha, M., 2016. What I am versus what I do: Work and identity negotiation in hyperlocal news startups. *Journalism Practice*, 10(6), 697-714.
- Cook, C. E., Geels, K., & Bakker, P., 2016. *Hyperlocal Revenues in the UK and Europe. Mapping the Road to Sustainability and Resilience*. London: Nesta
- Costera Meijer, I., 2010. Democratizing journalism? Realizing the citizen's agenda for local news media. *Journalism Studies*, 11(3), 327-342.
- Currah, A., 2009. *Navigating the Crisis in Local and Regional News: A critical review of solutions*. Oxford: University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- De Aguiar, M., & Stearns, J., 2016. *Lessons Learned from the Local News Lab*. Morristown: Geraldine R. Dodge Foundation.
- Dick, M., 2012. The re-birth of the beat. A hyperlocal online newsgathering model. *Journalism Practice*, 6(5-6), 754-765.
- Dickens, L., Couldry, N., & Fotopoulou, A., 2015. News in the community? Investigating emerging inter-local spaces of news production/consumption. *Journalism Studies*, 16(1), 97-114.
- Fenton, N., Metykova, M., Schlosberg, J., & Freedman, D., 2010. *Meeting the News Needs of Local Communities*. London: Mediatrust.
- Firmstone, J., & Coleman, S., 2014. The changing role of the local news media in enabling citizens to engage in local democracies. *Journalism Practice*, 8(5), 596-606.
- Firmstone, J., 2016. Mapping changes in local news. *Journalism Practice*, 10(7), 928-938.
- Fröhlich, R., Quiring, O., & Engesser, S., 2012. Between idiosyncratic self-interests and professional standards: A contribution to the understanding of participatory journalism in Web 2.0. Results from an online survey in Germany. *Journalism*, 13(8), 1041-1063.
- Harnischmacher, M., 2015. Journalism after all: Professionalism, content and performance—comparison between alternative news websites and websites of traditional newspapers in German local media markets. *Journalism*, 16(8), 1062-1084.
- Harte, D., Howells, R., & Williams, A., 2018. *Hyperlocal Journalism: The decline of local newspapers and the rise of online community news*. London: Routledge.
- Harte, D., Turner, J., & Williams, A., 2016. Discourses of enterprise in hyperlocal community news in the UK. *Journalism Practice*, 10(2), 233-250.
- Harte, D., Williams, A., & Turner, J., 2017. Reciprocity and the hyperlocal journalist. *Journalism Practice*, 11(2-3), 160-176.
- Hess, K., 2013. Breaking boundaries: Recasting the “local” newspaper as “geo-social” news in a digital landscape. *Digital Journalism*, 1(1), 48-63.
- Hatcher, J., & Haavik, E., 2014. “We Write with Our Hearts” How community identity shapes Norwegian community journalists’ news values. *Journalism Practice*, 8(2), 149-163.
- Jenkins, J & Nielsen, R. K., 2018. *The Digital Transition of Local News*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Karlsson, M., & Holt, K., 2014. Is anyone out there? Assessing Swedish citizen-generated community journalism. *Journalism Practice*, 8(2), 164-180.
- Kennedy, D., 2013. *The Wired City: Reimagining journalism and civic life in the post-newspaper age*. Amherst: University of Massachusetts Press.
- Kurpius, D. D., Metzgar, E. T., & Rowley, K. M., 2010. Sustaining hyperlocal media: In search of funding models. *Journalism Studies*, 11(3), 359-376.
- Leckner, S., & Tenor, C., 2017. Everybody is a journalist? User participation in hyperlocal news media in Sweden. First published November 2017. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1392254>
- Leupold, A., Klinger, U., & Jarren, O., 2018. Imagining the City: How local journalism depicts social cohesion. *Journalism Studies*, 19(7), 960-982.
- Lewis, S. C., Kaufhold, K., & Lasorsa, D. L., 2010. Thin-

- king about citizen journalism: The philosophical and practical challenges of user-generated content for community newspapers. *Journalism Practice*, 4(2), 163-179.
- Lloyd, M., & Friedland, L. A. (Eds.), 2016. *The Communication Crisis in America, and How to Fix it*. New York: Palgrave Macmillan.
- López-García, X., Negreira-Rey, M. C., & Rodríguez-Vásquez, A. I., 2016. Cibermedios hiperlocales ibéricos: El nacimiento de una nueva red de proximidad. *Cuadernos. info*, (39), 225-240.
- Metzgar, E. T., Kurpius, D. D., & Rowley, K. M., 2011. Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New media & society*, 13(5), 772-787.
- Mitchell, A. et al, 2015. *Local News in a Digital Age*. Washington: Pew Research Center.
- Napoli, P. M., Stonbely, S., McCollough, K., & Rennings, B., 2015. *Assessing the Health of Local Journalism Ecosystems*. New Brunswick: Rutgers.
- Napoli, P., Weber, M., McCollough, K. & Wang, Q., 2018. *Assessing Local Journalism: News Deserts, Journalism Divides, and the Determinants of the Robustness of Local News*. Durham: DeWitt Wallace Center for Media and Democracy.
- Nielsen, R. K., 2015. *Local Journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media*. London: IB Tauris.
- Nielsen, R. K., 2016. Folk Theories of Journalism: The many faces of a local newspaper. *Journalism Studies*, 17(7), 840-848.
- Nygren, G., Leckner, S., & Tenor, C., 2017. Hyperlocals and Legacy Media. *Nordicom Review*, First published October 2017, 33-49,
- O'Neill, D., & O'Connor, C., 2008. The passive journalist: How sources dominate local news. *Journalism Practice*, 2(3), 487-500.
- Olsen, R. K., & Solvoll, M. K., 2018. Reinventing the business model for local newspapers by building walls. *Journal of Media Business Studies*, (15)1, 1-18.
- Pardo-Baldeón, Ramón-Serafin, 2016. "Nuevos proyectos de periodistas emprendedores en el escenario hiperlocal: el caso de la provincia de Castellón". *El profesional de la información*, (25)3, pp. 423-430
- Paulussen, S., & D'heer, E., 2013. Using citizens for community journalism: Findings from a hyperlocal media project. *Journalism Practice*, 7(5), 588-603.
- Radcliffe, D., 2012. *Here and Now: UK hyperlocal media today*. London: Nesta
- Radcliffe, D., & Ali, C., 2017. *Local News in a Digital World: Small-Market Newspapers in the Digital Age*. New York: Tow Center for Digital Journalism.
- Ramsay, G., & Moore, M., 2016. *Monopolising Local News: Is There an Emerging Democratic Deficit in the UK due to the Decline of Local Newspapers*. London: King's College.
- Rouger, A., 2008. What future for local news? The crisis of the French regional daily press. *Journalism Studies*, 9(5), 822-831.
- Singer, J. B., 2010. Quality control: Perceived effects of user-generated content on newsroom norms, values and routines. *Journalism Practice*, 4(2), 127-142.
- Splendore, S., 2017. The dominance of institutional sources and the establishment of non-elite ones: The case of Italian online local journalism. *Journalism*, first published August 1 DOI <https://doi.org/10.1177%2F1464884917722896>
- Taylor, I., 2015. Towards a better understanding of how radical non-official sources approach media relations: The case of the British anti-war movement. *Journalism*, 16(2), 181-197.
- Van Kerkhoven, M., & Bakker, P., 2014. The hyperlocal in practice: Innovation, creativity and diversity. *Digital journalism*, 2(3), 296-309.
- Vera-Zambrano, S. & Powers, M., 2017. Les enquêtes comparatives comme des relations sociales. Retour réflexif d'une recherche Franco-Américaine sur le journalisme local. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 6, n°2 - 2017, mis en ligne le 15 décembre 2017. URL: <http://surlejournisme.org/rev>
- Wadbring, I., & Bergström, A., 2017. A print crisis or a local crisis? Local news use over three decades. *Journalism Studies*, 18(2), 175-190.
- Wall, M., 2015. Citizen journalism: A retrospective on what we know, an agenda for what we don't. *Digital Journalism*, 3(6), 797-813.
- Wiard, V., & Pereira, F. H., 2018. Bad Neighborhoods in a Good City? Space, place and Brussels's online news. *Journalism Studies*, First Published January 9, 1-26. DOI <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1417052>
- Wiard, V., & Simonson, M., 2018. 'The city is ours, so let's talk about it': Constructing a citizen media initiative in Brussels. *Journalism*, First Published March 23, DOI <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884918770556>
- White, D., Pennycook, L., Perrin, W., & Hartley, S., 2017. The future's bright but the future's local—the rise of hyperlocal journalism in the United Kingdom. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 6(1), 71-82.
- Williams, A., Harte, D., & Turner, J., 2015. The value of UK hyperlocal community news: Findings from a content analysis, an online survey and interviews with producers. *Digital Journalism*, 3(5), 680-703.



Jornalismo local na Europa

Reencontrando seu público

JOSEP ÀNGEL GUIMERA

Profesor agregado
Universitat Autònoma de Barcelona
Espanya
josepangel.guimera@uab.cat

DAVID DOMINGO

Chaire de journalisme
ReSIC-LaPIJ
Université libre de Bruxelles
Belgique
david.domingo@ulb.ac.be

ANDY WILLIAMS

Senior Lecturer
Cardiff University
United Kingdom
WilliamsA28@cardiff.ac.uk



desaparecimento de alguns meios tradicionais de comunicação, os cortes de pessoal em vários outros, a absorção de empresas locais por parte de grandes grupos (trans)nacionais e o surgimento de novas formas de jornalismo digital transformaram os ecossistemas locais em profundidade. Esse contexto despertou entre os acadêmicos, e os próprios atores do setor de mídia, um evidente interesse pela informação local. Este tem sido alimentado na academia por uma percepção normativa da importância do jornalismo para a saúde da vida política e do debate público, em espaços onde a diversidade de publicações pode ser menor do que nos mercados nacionais ou internacionais. Tal interesse foi traduzido, na última década, pelo nascimento de projetos e centros de pesquisa especializados no tema, além de uma multiplicidade de livros e artigos que exploram diferentes facetas dos desafios e da evolução do jornalismo local.

Este número especial de *Sobre jornalismo* – *About Journalism* – *Sur le journalisme* quer contribuir para o debate sobre as tensões que vive o jornalismo de proximidade. Ele reflete a situação da profissão e, ao mesmo tempo, mostra a diversidade de soluções ligadas ao desenvolvimento do jornalismo local, adaptadas a contextos específicos. Os ecossistemas midiáticos locais são microcosmos onde as tendências globais do jornalismo se materializam com características específicas. Trata-se de

Pour citer cet article

Référence électronique

Josep Àngel Guimerà, David Domingo, Andy Williams, « Jornalismo local na Europa: reencontrando seu público », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 7, n°2 - 2018, 15 décembre - December 15 - 15 de dezembro.

URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

mercados de informação de tamanhos muito diversos, mas que têm em comum a proximidade entre produtores e consumidores da informação: jornalistas, fontes e cidadãos. A exploração de como se (re) articula essa proximidade é central para as contribuições desta edição especial, que analisa o panorama geral e casos concretos de seis países europeus: Bélgica, Espanha, França, Noruega, Portugal, Suécia e Suíça. Nesta introdução, apresentamos damos continuidade às principais iniciativas que estruturaram a pesquisa sobre o jornalismo local na Europa e nos Estados Unidos, tendo em vista suas mútuas influências acadêmica e cultural. Em seguida, propomos uma revisão das principais linhas de trabalho da literatura científica mais recente para colocar em perspectiva as contribuições ao tema. Terminamos com uma proposta com pistas de investigação futuras abertas por essas contribuições, reivindicando a importância do estudo dos processos de comunicação pública em nível local.

UM INTERESSE ACADÊMICO CRESCENTE

A atenção crescente pelo jornalismo local entre os pesquisadores é acompanhada, muitas vezes, por um sentimento de urgência, pela sensação de estar abordando um objeto de estudo em risco de extinção e pela vontade de contribuir para sua sobrevivência. Nos Estados Unidos, vários centros de pesquisa e autores trabalharam com o tema sob a forma de relatórios e estudos. A Geraldine L. Dodge Foundation liderou em 2014 o lançamento do Local News Lab (agora sustentado pela Democracy Foundation) com o encorajamento de experimentar novas formas de jornalismo local e financiá-lo em Nova Jersey. Napoli et al. (2015) realizaram uma investigação no âmbito deste projeto. Eles analisaram as diferenças em «*infraestrutura, resultado e desempenho*» de iniciativas de jornalismo local em três comunidades de Nova Jersey. Um ano depois, foi publicado o *Lessons learned from the Local news lab* (De Aguiar e Stearn, 2016), que sintetiza os aprendizados desses primeiros experimentos. Por sua vez, o Pew Research Center (2015) investigou a situação do jornalismo local em três áreas metropolitanas dos Estados Unidos. Em 2016, a University of North Carolina criou o Center for Innovation and Sustainability in Local Media (CISLM), patrocinado pelo Knight Foundation. Desde então, três relatórios foram publicados por Penelope Mucse Abernathy (2016, 2017 e 2018) nas mudanças nos mercados locais, com atenção especial para a proliferação de «novos desertos». Radcliffe e Ali (2017) abordaram, em suas pesquisas amparadas pelo Tow Center for Digital Journalism, como os «jornais de mercados pequenos» estão respondendo à ruptura digital. A preocupação da Universidade de Columbia, nesse sentido, é notável

e levou o *Columbia Journalism Review* a criar um mapa¹ dos chamados «*desertos informativos*», surgidos do desaparecimento de jornais locais em todo o país. Finalmente, já em 2018, o News Measures Research Project da Duke University conduziu uma investigação, também encabeçada por Napoli, que aponta para a falta de notícias verdadeiramente locais e de valor social atribuído a mídias localizadas em comunidades de pequeno e médio porte no país (Napoli et al., 2018), um fato preocupante na visão normativa apontada acima.

Vários outros livros sobre o tema se destacam nesse período. Em 2013, dois estudos de caso mostraram as transformações do ecossistema de mídia locais na Filadélfia (Anderson, 2013) e Connecticut (Kennedy, 2013), apontando a indefinição da estratégia digital desses jornais face à proliferação de blogs, de ativistas de informação e de projetos sem fins lucrativos. Um ano depois, Abernathy publicou sua primeira contribuição para o campo (2014) com uma proposta de tentar garantir uma sustentabilidade de longo prazo para os jornais locais. Lloyd e Freedman (2016), em seu eloquente *The communication crisis in America, and how to fix it*, dão uma atenção especial para a crise da informação local e como isso afeta (negativamente) as necessidades informativas das comunidades. Em uma linha similar, embora focada na televisão local, Ali (2017) aborda os problemas para definir – e, portanto, regular – a TV local no século XXI nos EUA, Reino Unido e Canadá. Essas limitações colocam em risco a viabilidade a longo prazo do noticiário local, tanto pela concentração empresarial como pela colonização desses mercados.

Na Europa, o Reino Unido concentra a maior parte das contribuições neste campo, com a liderança inicial do Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo, da Universidade de Oxford. Em 2009, publicou um relatório de Currah, com possíveis soluções para a «*grave crise de financiamento*» no noticiário local e regional, o que poderia levar ao surgimento de «*vazios informativos*» no Reino Unido. Em 2014, o centro organizou a conferência «Jornalismo Local no mundo: práticas profissionais, fundações econômicas e implicações políticas». Uma seleção das principais contribuições foi incluída no livro *Notícias locais* (Nielsen, 2014), um ponto de referência obrigatório na pesquisa sobre jornalismo local contemporâneo. Ela trata da importância da mídia local em vários aspectos da vida comunitária, analisa como a crise econômica e a digitalização os afeta e aponta as estratégias aplicadas em vários países para enfrentar esses problemas. Evitar vazios informativos e manter a centralidade da mídia local na vida pública parece ser uma preocupação comum a todos os autores interessados no tema. Em 2018,

um estudo coletou evidências da Finlândia, França, Alemanha e Reino Unido, sobre os desafios e oportunidades que os jornais locais e regionais enfrentam face à digitalização (Jenkins e Nielsen, 2018).

As organizações sem fins lucrativos do Reino Unido financiaram pesquisas nesse sentido, com especial preocupação ao impacto na democracia e na vida das comunidades locais. O Media Trust publicou, em 2010, um estudo pioneiro sobre as necessidades informativas das comunidades locais (Fenton et al., 2010). Nesta promoveu o programa Destination Local, “destinado a apoiar a próxima geração de mídia hiperlocal no Reino Unido”. Em 2012, publicou um mapa do setor no Reino Unido (Radcliffe, 2012) e, em 2016, um relatório sobre formas de financiamento de projetos hiperlocais. A partir de análises realizadas em cinco países europeus, mostra diferentes formatos de financiamento para fortalecer os modelos de negócios desse tipo de iniciativa (Cook et al., 2016).

Já o *Understanding the local media*, de Meryl Aldridge (2007) se constituiu em um importante ponto de partida ao sistematizar o conhecimento sobre imprensa, rádio e televisão em um estágio inicial das transformações em curso. Por sua vez, Ramsay e Moore (2016) enfocaram o declínio dos jornais locais, suas possíveis consequências em termos de déficit democrático e suas implicações políticas. Também no Reino Unido, um grupo heterogêneo de pesquisadores impulsionou fortemente a investigação sobre os chamados hiperlocais. O resultado mais recente é a publicação de *Hyperlocal journalism: The decline of local newspapers and the rise of online community news* (Harte, Howells e Williams, 2018), que explora em que medida as iniciativas digitais dos cidadãos podem compensar a perda de cobertura informativa profissional, muitas vezes de grande fragilidade econômica. Por fim, Baines e Gulyas estão organizando o *Routledge Companion to Local Media and Journalism* com publicação prevista para o primeiro semestre de 2019.

CRISE, PARTICIPAÇÃO CIDADÃ E IMPACTO NA COMUNIDADE

Embora todas as referências apontadas permitam destacar o interesse pelo jornalismo local, é nos artigos científicos que podemos ver a amplitude e a diversidade dessa vibrante linha de pesquisa. Concentrando-nos na Europa – âmbito geográfico deste dossiê temático –, durante a última década, dezenas de contribuições foram detectadas nas principais revistas científicas especializadas em jornalismo. Por um lado, se os estudos e volumes

publicados são um fenômeno concentram-se sobretudo nos últimos três anos, os artigos indicam que já havia um notável interesse de pesquisa pelo tema no início desta década. Geograficamente, seguem sendo notáveis as contribuições do Reino Unido e dos países escandinavos, em comparação com os textos de países da Europa Central e Mediterrânea. Uma análise temática desse conjunto de trabalhos permite detectar quatro grandes grupos de contribuições: a crise econômica da mídia impressa local e o surgimento do fenômeno hiperlocal; a questão da participação e do conteúdo produzido pelo público (User Generated Content, UGC); o impacto dessas mudanças na vida das comunidades atendidas pela mídia (hiper)local; e as mudanças na cultura jornalística local, com a identidade profissional dos jornalistas como centro de atenção. Os artigos que você pode ler nesta edição especial abordam um ou vários desses tópicos.

A preocupação com a crise do papel da mídia local fomentou pesquisas sobre as inovações e possíveis modelos de negócio futuros. Cawley (2016) analisou a crise na Irlanda, enquanto Rouger (2008) trabalha com o contexto francês. Já Wadbring e Bergstrom (2017) analisaram 30 anos de evolução na Suécia. Enquanto isso, Olsen e Solvoy (2018) apresentaram as estratégias dos jornais noruegueses para implementar *paywalls*. Boyles (2017) expôs os pontos fortes e debilidades dos *hackatones* jornalísticos como instrumentos de inovação em nove países. Em seu estudo, Birgit Røe Mathisen e Lisbeth Morlandstø abordam a atitude dos jornalistas em relação à inovação, não apenas tecnológica, mas sobretudo nos gêneros jornalísticos e no modo de trabalhar. O artigo documenta as tensões entre motivações econômicas e ideais democráticos na definição do jornalismo local e as inovações adotadas por dois jornais regionais noruegueses. A imagem geral é de uma crise do jornalismo local impresso que toma formas nacionais ligeiramente diferentes, mas que, como em outros contextos, caracteriza-se por uma queda de circulação da versão impressa e problemas para monetizar as edições digitais, o que exige formas inovadoras para apresentar produtos jornalísticos.

Vários autores mostram que (parte de) os problemas que geram a debilidade da mídia impressa estão sendo abordados pelos meios digitais hiperlocais emergentes e pela exploração de diferentes modelos de negócios e de novas estruturas de organização empresarial. Diversas pesquisas buscaram dar conta da aparição desses novos meios em vários países europeus, como Espanha e Portugal (Lopez et al., 2016; Pardo, 2016), Reino Unido (White et al., 2017) ou Suécia (Leckner et al., 2017). Mesmo assim, estudos mais sofisticados procuram aprofundar

o funcionamento desses veículos (van Kerkhoven e Bakker, 2014), detectar os discursos legitimadores vinculados à sua emergência (Harte et al., 2016), analisar como eles se sustentam economicamente (Kurpius et al., 2010) ou ainda qual é o seu valor no contexto mais amplo do sistema de mídia (Williams et al., 2015). Também são foco de análise as mudanças que permitiram a emergência desses veículos no interior do sistema de mídia, sua relação com os veículos tradicionais («*legacy media*») (Nygren et al., 2017) e sua capacidade para preencher os vazios informativos (Barnett e Townend, 2014). O resultado agregado desses artigos é o de um setor heterogêneo, que atende a situações locais muito diversas, mas que tende a buscar a satisfação de necessidades informativas específicas enquanto se esforça para encontrar modelos de negócio sustentáveis que evitem a precariedade e o amadorismo ainda dominantes. Maria-Cruz Negreira-Rey, Xosé López-García e Ana-Isabel Rodríguez-Vázquez oferecem neste número especial uma visão geral desses meios digitais locais na Espanha e em Portugal, analisando desde a estrutura corporativa e o modelo de negócio até sua relação com a audiência e os espaços de participação.

A participação da audiência é justamente um dos principais temas da pesquisa contemporânea em jornalismo local². Existem diversas contribuições que tentam explicar como os cidadãos participam na criação e distribuição de conteúdos, os limites desse fenômeno e suas implicações para o jornalismo, tanto práticas como filosóficas (Lewis et al., 2010; Costera, 2010; Paulussen e D'heer, 2013; Karlsson e Holt, 2014; Canter, 2013; Ardizzoni, 2013; Dickens, 2014; Carlsson e Nilson, 2016; Wiard e Simonson, 2018). Por sua vez, a qualidade do UGC e como ele é percebido por profissionais e audiências tem atraído a atenção de pesquisadores em alguns países do continente europeu (Singer, 2010; Canter, 2012; Frölich et al., 2012). Laura Ahva e Victor Wiard fornecem em seu texto uma análise sistemática das dinâmicas de participação cidadã em dois projetos bem diferentes: uma mídia comunitária sem fins lucrativos em Bruxelas e um jornal gratuito gerenciado por jornalistas profissionais em Estocolmo. Esses casos mostram como cada contexto gera formas distintas de participação que, por sua vez, configuram o papel do cidadão no jornalismo e o papel da mídia na esfera pública. Em uma meta-pesquisa sobre os resultados obtidos no estudo do jornalismo cidadão, Wall (2015) apontou para o sentido ambivalente desse envolvimento dos cidadãos na produção de conteúdo, que mostra tanto enriquecimento como problemas e limitações.

Todas as dinâmicas apontadas nas investigações precedentes sugerem uma mudança na relação que as audiências (locais) têm com seus meios de

comunicação e, portanto, dos possíveis efeitos na vida comunitária. Artigos como os de Leupold et al. (2016), Wiard e Pereira (2018) ou Firmstone e Coleman (2014) tentam mostrar como essas mídias refletem suas comunidades e quais implicações podem ter essa cobertura em aspectos como o comportamento político ou qualidade de vida. Também abordam como se produz uma relação recíproca entre a meios hiperlocais e suas audiências (Harte et al., 2017). Nesta edição, Pauline Amiel se concentra na presença dos meios locais franceses no Facebook e em suas campanhas de *crowdfunding* como estratégia para «reconstruir» o vínculo de proximidade com seus leitores. Por sua vez, Frank Bousquet explora o espaço de comentários no final das notícias como representação da esfera pública local. O caso de um jornal do sul da França serve como ponto de partida para observar em que medida certas dinâmicas de participação conectam o local com tendências políticas nacionais, desnaturalizando o debate político da proximidade.

Na mesma linha, o acesso dos cidadãos aos meios de comunicação como fonte de informação também tem interessado os pesquisadores especializados em jornalismo locais, que têm detectado como as fontes podem dominar a agenda informativa (O'Neill e O'Connor, 2008). Também se interessam pela emergência em alguns países de fontes institucionais não vinculadas às elites e que têm se tornado dominantes na cobertura local (Splendore, 2017). Ou ainda nas estratégias adotadas pelas «fontes radicais não oficiais» para serem reconhecidas como viáveis (Taylor, 2015). Por sua vez, a necessidade de repensar os modelos de captação de notícias em um momento de mudança para recuperar o pulso do jornalismo local parece clara (Dick, 2012). Neste contexto, o artigo de Gilles Labarthe analisa a evolução da relação entre jornalistas locais e fontes no contexto da digitalização da comunicação pública na Suíça. Além da predominância das fontes institucionais na agenda midiática, Labarthe mostra que o incremento da produção de conteúdos pelas fontes em seus sites e redes sociais acaba complicando o trabalho do jornalismo investigativo, que enfrenta problemas de acesso e de ataques à sua legitimidade.

Outros autores têm revelado que essas mudanças e tensões estão modificando a cultura jornalística local tanto no que se refere à identidade, como nos valores professados pelos jornalistas – especialmente o profissionalismo –, mas também na forma como eles percebem suas tarefas. As tensões têm sido detectadas na Alemanha, onde, apesar de tudo, o profissionalismo ainda domina (Harnischmacher, 2015; ver também Chadha, 2016 para o caso dos Estados Unidos). Há evidências de mudanças nas autopercepções profissionais no Reino Unido ou No-

ruega (Firmstone, 2015; Hatcher e Haavik, 2013). Nesta edição especial, Karianne Sjørgard Olsen mostra como jornalistas noruegueses de jornais locais e de emissoras regionais da radiodifusão pública posicionam-se em relação à digitalização da informação, e como reformulam sua identidade profissional, sua relação com o público e suas práticas profissionais.

DESAFIOS PARA O FUTURO: TEORIZAÇÃO, PERSPECTIVA HISTÓRICA E COMPARATIVA

Apesar da amplitude de estudos e artigos publicados durante a última década, ainda se podem detectar algumas lacunas de conhecimento e necessidades de aprofundamento em um objeto de estudo por definição heterogêneo e dinâmico. A revisão de literatura deixa à vista um desafio crucial na investigação sobre o jornalismo local: todas essas evoluções colocaram sobre a mesa a necessidade de se (re)pensar conceitualmente a informação de proximidade, mas os esforços de teorização ainda são escassos. Metzgar et al. (2011) abordaram um aspecto realmente complexo que se vê em muitas investigações sobre mídia hiperlocal: a necessidade de definir corretamente um fenômeno novo, mas que também bebe tanto em tradições anteriores de pesquisa como em experiências contemporâneas. Hess (2013), por sua vez, propõe abandonar conceitos excessivamente ligados ao território e reformular o jornal local como «*geo-social*». Trata-se de uma tentativa de superar os problemas conceituais de um objeto que tem sido geralmente definido por meio de seus limites territoriais. Finalmente, Nielsen (2016) destaca como na Dinamarca um mesmo jornal local pode ser conceituado de maneiras diferentes (e até mesmo opostas) pelos membros da audiência. Isso manifesta a importância das percepções de cidadania na hora de entender (e definir) os meios locais. Uma abordagem mais profunda das necessidades, interesses e perspectivas da audiência pode ajudar nesse necessário esforço de teorização e, é claro, em um melhor conhecimento dos próprios meios a partir de uma perspectiva que nem sempre é suficientemente levada em conta.

O desafio conceitual e teórico pode beneficiar-se também de esforços comparativos, como os propostos por Ahva e Wiard ou Negreira-Rey e seus colegas, nesta edição especial. Colocar em contraste tendências similares em contextos culturais, econômicos e políticos diferentes pode ajudar a testar a capacidade explicativa de novos modelos de análise, mas também supõe o desafio de negociar as distâncias teóricas, epistemológicas e metodológicas de tradições científicas diferentes (Vera-Zambrano e Powers, 2017)³. Nesse esforço comparativo, seria de grande valor incluir países do sul e do leste da Europa, bem como expandir o foco para outros continentes. Existem ecossistemas de comunicação com uma larga tradição de meios locais, mas muito pouco ou nada presentes no circuito internacional de pesquisa. Por outro lado, uma das estratégias de investigação que perdemos nas pesquisas mais recentes sobre jornalismo digital é a perspectiva histórica. Como bem apontam Metzgar et al. (2011), as transformações atuais podem ser melhor compreendidas se explorarmos suas origens e referenciais, a evolução dos projetos de comunicação local ao longo de décadas de desenvolvimento e, muitas vezes, de luta e resistência.

A perspectiva histórica, a intensificação da abordagem da audiência e o esforço comparativo, unidos a uma teorização sensível às novas realidades e configurações do espaço local, permitirão aprofundar a reflexão sobre a redistribuição de legitimações na produção de informação local e a posição dos meios profissionais em um ecossistema infestado de novas vozes que nem sempre conseguem ser ouvidas.

Tradução : Cristiano Anunciação

NOTAS

1. https://www.cjr.org/local_news/american-news-deserts-donuts-local.php

2. Nessa mesma direção, este é o principal tópico nos estudos de jornalismo de modo geral. Sobre isso, ver o número especial “O jornalismo on-line e os seus públicos” no volume 4(2) da *Sur le journalisme* (2015).

3. Ver o número especial «Estudos comparativos sobre jornalismo, mídia e política» no volume 6(2) da revista *Sur le journalisme* (2017).

FONTES CONSULTADAS

- Abernathy, P. M., 2014. *Saving Community Journalism: the path to profitability*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Abernathy, P.M., 2016. *The Rise of a News Media Baron and the Emerging Threat of News Deserts*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Abernathy, P.M., 2017. *Thwarting the Emergence Of News Deserts*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Abernathy, P.M., 2018. *The Expanding News Desert*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Ardizzoni, M., 2013. Tactical media practices in Italy: The case of Insu^{tv}. *Journalism*, 14(7), 868-884.
- Anderson, C. W., 2013. *Rebuilding the News: Metropolitan Journalism in the Digital Age*. Philadelphia: Temple University.
- Aldridge, M., 2007. *Understanding the Local Media*. London: McGraw-Hill Education.
- Ali, C., 2017. *Media Localism: The Policies of Place*. Champaign: University of Illinois Press.
- Barnett, S., & Townend, J., 2015. Plurality, policy and the local: can hyperlocals fill the gap? *Journalism Practice*, 9(3), 332-349.
- Boyles, J. L., 2017. Laboratories for news? Experimenting with journalism hackathons. *Journalism*, First published October 2017, DOI: <https://doi.org/10.1177/2F1464884917737213>
- Canter, L., 2013. The misconception of online comment threads: Content and control on local newspaper websites. *Journalism Practice*, 7(5), 604-619.
- Carlsson, E., & Nilsson, B., 2016. Technologies of participation: Community news and social media in Northern Sweden. *Journalism*, 17(8), 1113-1128.
- Cawley, A., 2017. Johnston Press and the crisis in Ireland's local newspaper industry, 2005–2014. *Journalism*, 18(9), 1163-1183.
- Chadha, M., 2016. What I am versus what I do: Work and identity negotiation in hyperlocal news startups. *Journalism Practice*, 10(6), 697-714.
- Cook, C. E., Geels, K., & Bakker, P., 2016. *Hyperlocal Revenues in the UK and Europe. Mapping the Road to Sustainability and Resilience*. London: Nesta
- Costera Meijer, I., 2010. Democratizing journalism? Realizing the citizen's agenda for local news media. *Journalism Studies*, 11(3), 327-342.
- Currah, A., 2009. *Navigating the Crisis in Local and Regional News: A critical review of solutions*. Oxford: University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- De Aguiar, M., & Stearns, J., 2016. *Lessons Learned from the Local News Lab*. Morristown: Geraldine R. Dodge Foundation.
- Dick, M., 2012. The re-birth of the beat. A hyperlocal online newsgathering model. *Journalism Practice*, 6(5-6), 754-765.
- Dickens, L., Couldry, N., & Fotopoulou, A., 2015. News in the community? Investigating emerging inter-local spaces of news production/consumption. *Journalism Studies*, 16(1), 97-114.
- Fenton, N., Metykova, M., Schlosberg, J., & Freedman, D., 2010. *Meeting the News Needs of Local Communities*. London: Mediatrust.
- Firmstone, J., & Coleman, S., 2014. The changing role of the local news media in enabling citizens to engage in local democracies. *Journalism Practice*, 8(5), 596-606.
- Firmstone, J., 2016. Mapping changes in local news. *Journalism Practice*, 10(7), 928-938.
- Fröhlich, R., Quiring, O., & Engesser, S., 2012. Between idiosyncratic self-interests and professional standards: A contribution to the understanding of participatory journalism in Web 2.0. Results from an online survey in Germany. *Journalism*, 13(8), 1041-1063.
- Harnischmacher, M., 2015. Journalism after all: Professionalism, content and performance—comparison between alternative news websites and websites of traditional newspapers in German local media markets. *Journalism*, 16(8), 1062-1084.
- Harte, D., Howells, R., & Williams, A., 2018. *Hyperlocal Journalism: The decline of local newspapers and the rise of online community news*. London: Routledge.
- Harte, D., Turner, J., & Williams, A., 2016. Discourses of enterprise in hyperlocal community news in the UK. *Journalism Practice*, 10(2), 233-250.
- Harte, D., Williams, A., & Turner, J., 2017. Reciprocity and the hyperlocal journalist. *Journalism Practice*, 11(2-3), 160-176.
- Hess, K., 2013. Breaking boundaries: Recasting the “local” newspaper as “geo-social” news in a digital landscape. *Digital Journalism*, 1(1), 48-63.
- Hatcher, J., & Haavik, E., 2014. “We Write with Our Hearts” How community identity shapes Norwegian community journalists' news values. *Journalism Practice*, 8(2), 149-163.
- Jenkins, J & Nielsen, R. K., 2018. *The Digital Transition of Local News*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Karlsson, M., & Holt, K., 2014. Is anyone out there? Assessing Swedish citizen-generated community journalism. *Journalism Practice*, 8(2), 164-180.
- Kennedy, D., 2013. *The Wired City: Reimagining journalism and civic life in the post-newspaper age*. Amherst: University of Massachusetts Press.
- Kurpius, D. D., Metzgar, E. T., & Rowley, K. M., 2010. Sustaining hyperlocal media: In search of funding models. *Journalism Studies*, 11(3), 359-376.
- Leckner, S., & Tenor, C., 2017. Everybody is a journalist? User participation in hyperlocal news media in Sweden. First published November 2017. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1392254>
- Leupold, A., Klinger, U., & Jarren, O., 2018. Imagining the City: How local journalism depicts social cohesion. *Journalism Studies*, 19(7), 960-982.
- Lewis, S. C., Kaufhold, K., & Lasorsa, D. L., 2010. Think-

- ing about citizen journalism: The philosophical and practical challenges of user-generated content for community newspapers. *Journalism Practice*, 4(2), 163-179.
- Lloyd, M., & Friedland, L. A. (Eds.), 2016. *The Communication Crisis in America, and How to Fix it*. New York: Palgrave Macmillan.
- López-García, X., Negreira-Rey, M. C., & Rodríguez-Vásquez, A. I., 2016. Cibermedios hiperlocales ibéricos: El nacimiento de una nueva red de proximidad. *Cuadernos. info*, (39), 225-240.
- Metzgar, E. T., Kurpius, D. D., & Rowley, K. M., 2011. Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New media & society*, 13(5), 772-787.
- Mitchell, A. et al, 2015. *Local News in a Digital Age*. Washington: Pew Research Center.
- Napoli, P. M., Stonbely, S., McCollough, K., & Rennings, B., 2015. *Assessing the Health of Local Journalism Ecosystems*. New Brunswick: Rutgers.
- Napoli, P., Weber, M., McCollough, K. & Wang, Q., 2018. *Assessing Local Journalism: News Deserts, Journalism Divides, and the Determinants of the Robustness of Local News*. Durham: DeWitt Wallace Center for Media and Democracy.
- Nielsen, R. K., 2015. *Local Journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media*. London: IB Tauris.
- Nielsen, R. K., 2016. Folk Theories of Journalism: The many faces of a local newspaper. *Journalism Studies*, 17(7), 840-848.
- Nygren, G., Leckner, S., & Tenor, C., 2017. Hyperlocals and Legacy Media. *Nordicom Review*, First published October 2017, 33-49,
- O'Neill, D., & O'Connor, C., 2008. The passive journalist: How sources dominate local news. *Journalism Practice*, 2(3), 487-500.
- Olsen, R. K., & Solvoll, M. K., 2018. Reinventing the business model for local newspapers by building walls. *Journal of Media Business Studies*, (15)1, 1-18.
- Pardo-Baldeón, Ramón-Serafin, 2016. "Nuevos proyectos de periodistas emprendedores en el escenario hiperlocal: el caso de la provincia de Castellón". *El profesional de la información*, (25)3, pp. 423-430
- Paulussen, S., & D'heer, E., 2013. Using citizens for community journalism: Findings from a hyperlocal media project. *Journalism Practice*, 7(5), 588-603.
- Radcliffe, D., 2012. *Here and Now: UK hyperlocal media today*. London: Nesta
- Radcliffe, D., & Ali, C., 2017. *Local News in a Digital World: Small-Market Newspapers in the Digital Age*. New York: Tow Center for Digital Journalism.
- Ramsay, G., & Moore, M., 2016. *Monopolising Local News: Is There an Emerging Democratic Deficit in the UK due to the Decline of Local Newspapers*. London: King's College.
- Rouger, A., 2008. What future for local news? The crisis of the French regional daily press. *Journalism Studies*, 9(5), 822-831.
- Singer, J. B., 2010. Quality control: Perceived effects of user-generated content on newsroom norms, values and routines. *Journalism Practice*, 4(2), 127-142.
- Splendore, S., 2017. The dominance of institutional sources and the establishment of non-elite ones: The case of Italian online local journalism. *Journalism*, first published August 1 DOI <https://doi.org/10.1177%2F1464884917722896>
- Taylor, I., 2015. Towards a better understanding of how radical non-official sources approach media relations: The case of the British anti-war movement. *Journalism*, 16(2), 181-197.
- Van Kerkhoven, M., & Bakker, P., 2014. The hyperlocal in practice: Innovation, creativity and diversity. *Digital journalism*, 2(3), 296-309.
- Vera-Zambrano, S. & Powers, M., 2017. Les enquêtes comparatives comme des relations sociales. Retour réflexif d'une recherche Franco-Américaine sur le journalisme local. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 6, n°2 - 2017, mis en ligne le 15 décembre 2017. URL: <http://surlejournisme.org/rev>
- Wadbring, I., & Bergström, A., 2017. A print crisis or a local crisis? Local news use over three decades. *Journalism Studies*, 18(2), 175-190.
- Wall, M., 2015. Citizen journalism: A retrospective on what we know, an agenda for what we don't. *Digital Journalism*, 3(6), 797-813.
- Wiard, V., & Pereira, F. H., 2018. Bad Neighborhoods in a Good City? Space, place and Brussels's online news. *Journalism Studies*, First Published January 9, 1-26. DOI <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1417052>
- Wiard, V., & Simonson, M., 2018. 'The city is ours, so let's talk about it': Constructing a citizen media initiative in Brussels. *Journalism*, First Published March 23, DOI <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884918770556>
- White, D., Pennycook, L., Perrin, W., & Hartley, S., 2017. The future's bright but the future's local—the rise of hyperlocal journalism in the United Kingdom. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 6(1), 71-82.
- Williams, A., Harte, D., & Turner, J., 2015. The value of UK hyperlocal community news: Findings from a content analysis, an online survey and interviews with producers. *Digital Journalism*, 3(5), 680-703.



Journalisme local en Europe

Retrouver son public

JOSEP ÀNGEL GUIMERA

Profesor agregado
Universitat Autònoma de Barcelona
Espanya
josepangel.guimera@uab.cat

DAVID DOMINGO

Chaire de journalisme
ReSIC-LaPIJ
Université libre de Bruxelles
Belgique
david.domingo@ulb.ac.be

ANDY WILLIAMS

Senior Lecturer
Cardiff University
United Kingdom
williamsA28@cardiff.ac.uk



La disparition de médias historiques, la réduction d'effectifs, l'absorption d'entreprises locales par de grandes entreprises (trans)nationales et l'apparition de nouvelles formes de journalisme numérique ont énormément transformé les écosystèmes locaux. Cette situation a entraîné un besoin d'analyse tant chez les chercheurs que chez les acteurs eux-mêmes. L'intérêt scientifique pour l'information locale a été alimenté par une perception normative de l'importance du journalisme pour la vie politique et le débat public dans des espaces où le nombre de publications a tendance à être moindre que dans les marchés nationaux ou internationaux. Cet intérêt s'est traduit, durant la dernière décennie, par la création de projets et de centres de recherche spécialisés, ainsi que par une multiplicité de livres et d'articles qui explorent les différentes facettes des défis et de l'évolution du journalisme local.

Ce numéro spécial de *Sur le journalisme – About journalism – Sobre jornalismo* souhaite contribuer au débat sur les tensions que vit le journalisme de proximité, reflet de la situation générale de la profession, et en même temps exemple de la diversité des solutions adaptées à des contextes spécifiques. Les écosystèmes médiatiques locaux sont des microcosmes où les tendances globales du journalisme se matérialisent dans des caractéristiques spécifiques. Les marchés de l'information sont de tailles très

Pour citer cet article

Référence électronique

Josep Àngel Guimerà, David Domingo, Andy Williams, « Journalisme local en Europe : retrouver son public », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 7, n°2 - 2018, 15 décembre - December 15 - 15 de dezembro. URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

variées mais ils ont en commun le tissage d'une proximité entre producteur et consommateur de l'information : journalistes, sources et citoyens. L'exploration des modalités de (re)articulation de cette proximité est centrale dans les contributions de ce numéro, par l'analyse du panorama général et par celle de cas concrets ancrés dans six pays européens : la Belgique, l'Espagne, la France, la Norvège, le Portugal, la Suède et la Suisse. Cette introduction expose les principales initiatives qui structurent la recherche sur le journalisme local en Europe et aussi aux États-Unis, et leur influence mutuelle, tant du point académique que culturel. Ensuite, nous proposons une revue de littérature sur les principales tendances récentes en matière de recherche, afin de contextualiser les résultats présentés dans ce numéro. Nous terminons par des propositions de pistes de recherche pour le futur en revendiquant l'importance de l'étude de la communication publique en contexte local.

UN INTÉRÊT ACADÉMIQUE CROISSANT

L'augmentation de l'intérêt des chercheurs pour le journalisme local est souvent accompagnée par un sentiment d'urgence, la sensation d'être en train d'étudier un objet en voie d'extinction et de vouloir contribuer à sa survie. Aux États-Unis, différents centres de recherche et auteurs ont contribué à la problématique par des rapports et des monographies. La Fondation Geraldine L. Dodge a dirigé en 2014 le lancement du Local News Lab (maintenant soutenu par la Democracy Foundation) afin d'expérimenter de nouvelles formes de journalisme local et de les financer dans le New Jersey. Napoli et al. (2015) ont réalisé, au sein de ce projet, une recherche afin de rendre compte des différences « *d'infrastructures, de résultats et de réussite* » dans trois communautés du New Jersey. Un an après, *Lessons learned from the Local News Lab* (Aguier et Stearn, 2016) a synthétisé les apprentissages des premières expérimentations. De son côté, le Pew Research Center (2015) analysait l'état de santé du journalisme local dans trois zones métropolitaines des États-Unis. En 2016, l'Université de Caroline du Nord a créé le Center for Innovation and Sustainability in Local Media (CISLM), soutenu par la Knight Foundation. Depuis lors, trois rapports ont été publiés par Penelope Mucse Abernathy (2016, 2017 and 2018) sur les transformations des marchés locaux, et notamment de la prolifération des « *déserts informatifs* ». Radcliffe et Ali (2017) abordaient dans leur recherche, soutenue par le Tow Center for Digital Journalism, la façon dont les « *journaux de petits marchés* » répondaient aux mutations numériques. L'intérêt de l'Université de Columbia pour ces médias est de première importance et a mené la

Columbia Journalism Review à créer une carte¹ des « *déserts informatifs* », apparus suite à la disparition de journaux locaux dans tout le pays. Finalement, en 2018, le News Measures Research Project de la Duke University a réalisé une recherche, elle aussi dirigée par Napoli, qui cible la pénurie d'informations locales ayant une valeur sociale pour des petites et moyennes communautés du pays (Napoli et al, 2018). Un fait inquiétant si l'on suit la perspective normative présentée antérieurement.

Différents ouvrages ont marqué la période récente. En 2013, deux études de cas ont montré les transformations de l'écosystème des médias locaux à Philadelphie (Anderson, 2013) et dans le Connecticut (Kennedy, 2013), en analysant le flou de la définition des stratégies numériques des journaux quotidiens devant la multiplication des blogs, des activistes de l'information et des projets sans but lucratif. Un an plus tard, Abernathy a publié sa première contribution au domaine (2014) avec une proposition pour essayer de garantir la rentabilité économique à long terme des journaux locaux. Lloyd et Freedman (2016) dans leur éloquent *The communication crisis in America, and how to fix it* portent une attention particulière à la crise de l'information locale et à la façon dont cela affecte (négativement) les besoins en information des communautés. Dans une démarche similaire, mais centrée sur la télévision locale, Ali (2017) aborde les problèmes pour définir - et surtout régler - la télévision locale au 21^{ème} siècle aux États-Unis, au Royaume-Uni et au Canada. Ces limitations mettent en danger la viabilité à long terme de l'information locale, tant en raison de la concentration des médias que de la colonisation des marchés locaux.

En Europe, le Royaume-Uni concentre la majorité des contributions dans ce domaine, en raison du leadership précoce du Reuters Institute for the Study of Journalism de l'Université d'Oxford. En 2009, celui-ci a publié le rapport Currah, exposant des solutions possibles pour répondre à la « *crise de financement majeure* » des informations locales et régionales, qui pourrait aboutir à l'émergence de « *vides informatifs* » au Royaume-Uni. En 2014, le centre a organisé la conférence « *Local journalism around the world : professional practices, economic foundations and political implications* ». Une sélection internationale de contributions a été rassemblée dans *Local news* (Nielsen, 2014), devenu un ouvrage de référence dans la recherche sur le journalisme local contemporain. Il analyse l'importance des médias locaux dans les différents aspects des communautés, la façon dont la crise économique et la numérisation les touchent et les stratégies appliquées dans différents pays pour résoudre ces problèmes. Éviter les vides informatifs et maintenir le rôle des médias

locaux dans la vie publique semblent être une préoccupation commune à tous les auteurs. En 2018, une étude recueillait des données de la Finlande, la France, l'Allemagne et le Royaume-Uni et rendait à nouveau compte des défis et opportunités des journaux locaux et régionaux face à la numérisation (Jenkins et Nielsen, 2018).

Des organisations caritatives au Royaume-Uni ont financé des recherches sur le sujet en développant des préoccupations spécifiques liées à l'impact sur la démocratie et à la vie dans les communautés locales. Media Trust a publié en 2010 une étude pionnière sur les besoins informatifs des communautés locales (Fenton et al, 2010). Nesta a impulsé le programme *Destination Local*, « destiné à soutenir la prochaine génération de médias hyperlocaux au Royaume-Uni ». En 2012, une carte du secteur au Royaume-Uni a été publiée (Radcliffe, 2012) et en 2016 un rapport sur les moyens de financement des projets hyperlocaux a suivi. À partir de l'analyse de cinq pays européens, différents modèles de revenus sont développés afin de renforcer les modèles d'affaires de ce type d'initiatives (Cook et al, 2016).

De son côté, *Understanding the local media* de Meryl Aldridge (2007) a été un point de départ important pour systématiser les connaissances sur la presse, la radio et la télévision pendant la période initiale de transformations. Ramsay et Moore (2016) se sont centrés sur le déclin des journaux locaux, sur le possible déficit démocratique et ses implications politiques. Par ailleurs, au Royaume-Uni, un groupe de chercheurs a lancé avec beaucoup d'entrain une recherche sur ces médias « hyperlocaux ». Le résultat plus récent est la publication de *Hyperlocal journalism : The decline of local newspapers and the rise of online community news* (Harte, Howells et Williams, 2018), qui étudie dans quelle mesure les initiatives numériques citoyennes peuvent compenser le déficit de couverture médiatique professionnelle, malgré leur grande fragilité économique. Finalement, Baines et Gulyas dirigent actuellement le *Routledge Companion to Local Media and Journalism* à portée mondiale ; la publication est prévue pour le début 2019.

**CRISE, PARTICIPATION CITOYENNE
ET IMPACT SUR LA COMMUNAUTÉ**

Bien que toutes les références citées précédemment manifestent un intérêt grandissant pour le journalisme local, elles montrent cependant toute l'ampleur et la diversité de cet axe de recherche. Si l'on se centre sur l'Europe – l'aire géographique sur laquelle porte ce numéro de revue – la dernière

décennie voit la publication de dizaines de contributions dans les principales revues scientifiques spécialisées en journalisme.

D'un côté, si les monographies et les volumes parus sont un phénomène particulièrement concentré sur les trois dernières années, les articles montrent, dès le début de cette décennie, un grand intérêt de recherche sur le sujet. Géographiquement, les contributions du Royaume-Uni et des pays scandinaves continuent à être considérables, en comparaison de celles des pays de l'Europe centrale et méditerranéenne. Une analyse thématique de ces productions permet de déceler quatre grands apports : la crise économique des médias locaux imprimés et l'émergence du phénomène de l'hyperlocal ; la question de la participation et le contenu produit par le public (User Generated Content) ; l'impact que tous ces changements peuvent avoir sur la vie des communautés qui alimentent les médias (hyper) locaux ; et les changements dans la culture journalistique locale, et de l'attention portée notamment à l'identité professionnelle des journalistes. Ce à quoi renvoient les articles de ce numéro de revue.

La préoccupation pour la crise du papier a encouragé la recherche sur les innovations et les modèles d'affaires du futur. Cawley (2016) a analysé la crise des journaux en Irlande, Rouger (2008) a fait de même en France, et Wadbring et Bergstrom (2017) ont analysé 30 ans d'évolution en Suède. Olson et Solvoy (2018) ont présenté les stratégies d'implantation de *paywalls* dans les journaux norvégiens et Boyles (2017) a exposé les points forts et faibles des *hackatons* journalistiques, présentés comme instruments d'innovation journalistique dans neuf pays. Dans ce numéro de revue, Birgit Røe Mathisen et Lisbeth Molandstø étudient l'attitude des journalistes envers l'innovation – non seulement par rapport à la technologie, mais surtout par rapport aux genres journalistiques et aux pratiques professionnelles. Leur article détaille les tensions entre motivations économiques et idéaux démocratiques dans la définition du journalisme local et les innovations qui sont adoptées par deux journaux régionaux norvégiens. Le résultat général de ces recherches tend à montrer que la crise du journalisme local imprimé prend des formes légèrement différentes par nation, mais se rejoint sur la chute de circulation du papier et les problèmes de monétisation des éditions numériques, qui ont besoin, simultanément de formats innovants pour présenter la production journalistique.

Plusieurs auteurs estiment que les médias numériques hyperlocaux qui émergent et l'exploration de différents modèles d'affaires et de structures d'organisation des entreprises s'attaquent ainsi à certains des problèmes rencontrés par la presse écrite.

Certaines recherches analysent l'apparition de ces nouveaux médias dans différents états européens comme l'Espagne ou le Portugal (López et al., 2016 ; Pardo, 2016), le Royaume-Uni (White et al., 2017) ou la Suède (Leckner et al., 2017). De même, des études plus ancrées approfondissent leur fonctionnement (van Kerkhoven et Bakker, 2014), analysent les discours de légitimation qui accompagnent leur émergence (Harte et al., 2016), leurs modèles de financement (Kurpius et al., 2010) ou encore leur valeur dans le système médiatique (Williams et al., 2015). Les changements produits par ces médias dans le système médiatique et leur relation avec les « legacy media » (Nygren et al., 2017) ainsi que leur capacité à remplir les vides informatifs sont aussi devenus des thèmes majeurs de recherche (Barnett et Townend, 2014). Se dégage de ces articles le fait que ce secteur hétérogène répond à des situations locales très différentes, qui doivent pourtant chercher à satisfaire des besoins en information spécifiques tout en luttant pour trouver des modèles d'affaires durables pour éviter la domination de la précarité et de l'amateurisme. María-Cruz Negreira-Rey, Xosé López-García et Ana-Isabel Rodríguez-Vázquez proposent, dans ce numéro spécial, une vision globale de ces médias locaux en ligne en Espagne et au Portugal, leur structure d'entreprise et modèle d'affaires, tout comme leur relation avec le public et les espaces de participation.

La participation du public est précisément un sujet central dans la recherche contemporaine sur le journalisme local². Plusieurs auteurs tentent de rendre compte de des modes de participation des citoyens à la création et à la diffusion de contenus, les limites qu'ils rencontrent et les implications pour le journalisme, autant pratiques que philosophiques (Lewis et al., 2010 ; Costera, 2010 ; Paulussen et D'heer, 2013 ; Karlsson et Holt, 2014 ; Canter, 2013 ; Ardizzoni, 2013 ; Dickens, 2014 ; Carlsson et Nilson, 2016 ; Wiard et Simonson, 2018). Parallèlement, la qualité de l'UGC et les représentations des professionnels et du public ont attiré l'attention des chercheurs dans quelques pays (Singer, 2010 ; Canter, 2012 ; Frölich et al., 2012). Laura Ahva et Victor Wiard contribuent, dans ce numéro, à ce champ de recherche avec leur analyse systématique des dynamiques de participation citoyenne dans deux projets très différents : un média communautaire sans but lucratif à Bruxelles et un journal gratuit géré par des journalistes professionnels à Stockholm. Ces cas montrent comment chaque contexte encourage des façons de participer qui, à leur tour, configurent le rôle du citoyen dans le journalisme, et le rôle des médias dans la sphère publique. Dans une méta-recherche sur les résultats obtenus dans des études sur le journalisme citoyen, Wall (2015) pointait le sens ambivalent que cette implication citoyenne peut

avoir dans la production de contenus, qui montre autant l'enrichissement que les problèmes et limites du phénomène.

Toutes les dynamiques perçues dans les recherches citées pointent le changement de relations que les publics (locaux) construisent avec leurs médias, et la façon dont ils peuvent influencer la vie communautaire. Des articles comme ceux de Leupold et al. (2016), Wiard et Pereira (2018) ou Firmstone et Coleman (2014) analysent la façon dont ces médias leurs communautés et les implications que peut avoir cette couverture sur le comportement politique ou la qualité de vie. Ils examinent aussi comment une relation réciproque se construit entre les médias hyperlocaux et leurs publics (Harte et al., 2017). Dans ce numéro, Pauline Amiel se concentre sur la présence de médias locaux français sur Facebook et leurs campagnes de *crowdfunding* comme stratégie de « reconstruction » du lien de proximité avec leurs lecteurs. Franck Bousquet, de son côté, explore l'espace de commentaires au bas des informations comme espace de représentation de la sphère publique locale. Il se sert du cas d'un journal du sud de la France pour observer comment certaines dynamiques de participation lient le local aux tendances politiques nationales, en dénaturalisant le débat politique de proximité.

Suivant la même perspective, l'accès des citoyens aux médias comme sources d'information, a aussi intéressé les chercheurs en journalisme local, qui ont constaté les manières dont les sources peuvent dominer l'agenda médiatique (O'Neill et O'Connor, 2008), dont les sources institutionnelles restent dominantes même si elle ne sont pas liées aux élites (Splendore, 2017) et que les « sources radicales, non officielles » cherchent des moyens afin d'être reconnues comme fiables (Taylor, 2015). En même temps, le besoin de repenser les formes de recueil des nouvelles dans un contexte de bouleversement des pratiques journalistiques semble évidente (Dick, 2012). L'article de Gilles Labarthe étudie l'évolution de la relation entre journalistes locaux et sources dans le contexte de la numérisation de la communication publique en Suisse. Au-delà de la domination de l'agenda médiatique par les sources institutionnelles, Labarthe montre que l'augmentation de la production de contenus par les sources sur leurs sites web et les réseaux sociaux, a tendance à compliquer le travail du journaliste d'investigation, qui fait face à des problèmes d'accès et des attaques à sa légitimité.

D'autres auteurs ont mis en évidence que ces changements et tensions sont en train de modifier, à leur tour, la culture journalistique locale. Et ce, autant en terme d'identité que des valeurs que prônent les journalistes –

surtout le professionnalisme – mais aussi les perceptions qu'ils ont de leurs tâches. Des tensions ont été décelées en Allemagne, où, malgré tout, le professionnalisme est dominant (Harhischmacher, 2015) et au Royaume-Uni (Chadha, 2016). Des preuves de transformations dans les auto-perceptions professionnelles sont à l'œuvre au Royaume-Uni ou en Norvège (Firmstone, 2015 ; Hatcher et Havik, 2013). Dans ce numéro spécial, Karianne Sør-gård Olsen montre comment les journalistes norvégiens de journaux locaux et chaînes régionales de la radio et de la télévision publique se positionnent par rapport à la numérisation de l'information et comment ils reconsidèrent leur identité professionnelle, leur relation avec le public et leurs pratiques professionnelles. L'échelle du concept même de « local » est mis en question par ces journalistes. Devant ces tendances, certains auteurs pointent un problème potentiel : celui d'un goût pour les informations excessivement locales. Pour Hess et Waller (2016), nous pourrions être devant un « *hype* » et même devant la création d'une *subculture* hyperlocale.

**DÉFIS DU FUTUR : THÉORISATION,
PERSPECTIVE HISTORIQUE ET COMPARATIVE**

Malgré le nombre croissant de travaux de la dernière décennie, certains écueils ne sont pas comblés et il reste encore de nombreux pans à approfondir quant à cet objet d'étude par définition hétérogène et très dynamique. La revue de la littérature révèle un défi crucial dans la recherche sur le journalisme local : toutes ces évolutions ont mis sur la table le besoin de (re) penser conceptuellement l'information de proximité, mais les efforts de théorisation sont rares. Metzgar et al. (2011) ont abordé un aspect vraiment complexe qui se retrouve dans beaucoup de recherches sur les médias hyperlocaux : le besoin de définir correctement un phénomène nouveau mais qui se nourrit de traditions antérieures et aussi d'expériences contemporaines. Hess (2012), de son côté, propose d'abandonner les concepts liés trop étroitement au territoire pour reformuler le journal local comme « *géo-social* », une tentative pour surmonter les problèmes conceptuels que suppose la définition actuelle d'un média uniquement au travers de ses limites territoriales. Finalement, Nielsen (2016) met en évidence la façon dont, au Danemark, un même journal local peut être représenté de façons

différentes (et même opposées) pour les membres du public. Ceci montre l'importance des perceptions des citoyens quand il s'agit de comprendre (et de définir) les médias locaux. Une analyse plus fine des besoins, intérêts et perspectives des publics pourrait renforcer l'effort de théorisation nécessaire et, bien sûr, apporter une meilleure connaissance des médias eux-mêmes à partir d'une perspective peu prise en compte.

Le défi conceptuel et théorique peut aussi bénéficier d'efforts comparatifs comme ceux proposés par Ahva et Wiard, ou Negreira-Rey et leurs collègues, dans ce dossier. Comparer des tendances similaires dans des contextes culturels, économiques et politiques différents peut aider à tester la capacité explicative de nouveaux modèles d'analyse, mais entraîne aussi le défi de mettre en relation des approches théoriques, épistémologiques et méthodologiques issues de traditions scientifiques différentes (Vera-Zambrano et Powers, 2017)³. Dans cet effort comparatif, l'ambition serait d'inclure d'autres pays du sud et de l'est de l'Europe, et d'élargir le champ d'intérêt à d'autres continents. Il existe des écosystèmes de communication ayant une grande tradition de médias locaux, mais dont les analyses très peu ou pas du tout présentes dans le circuit de la recherche internationale. Par ailleurs, l'une des stratégies de recherche relativement absente des recherches les plus récentes sur le journalisme numérique relève de la perspective historique. Metzgar et al. (2011) estiment à bon escient que les transformations actuelles se comprennent mieux si l'on explore leurs origines et leurs références, l'évolution des projets de communication locale tout au long des décennies qui ont permis leur développement et, souvent, leur lutte pour défendre leur existence.

La perspective historique, l'intensification des perspectives centrées sur les publics et les efforts comparatifs, croisés avec une théorisation sensible aux nouvelles réalités et aux configurations de l'espace local, permettront un approfondissement dans la réflexion sur la redistribution des légitimités dans la production de l'information locale et le rôle des professionnels des médias dans un écosystème rempli de nouvelles voix qui ne réussissent pas toujours à être entendues.

Appui à la traduction : Carla Ceprià

NOTES

1. https://www.cjr.org/local_news/american-news-deserts-donuts-local.php

2. La participation du public est aussi un thème de recherche central dans les recherches sur le journalisme en général. Voir le numéro spécial "Le journalisme en ligne et ses publics", vol.4, n°2, Sur le journalisme - About Journalism - Sobre jornalismo (2015).

3. Voir le dossier "Études comparatives sur le journalisme, les médias et la politique" dans le volume 6, n°2 de Sur le journalisme - About Journalism - Sobre jornalismo (2017).

TRAVAUX CONSULTÉS

- Abernathy, P. M. (2014). *Saving Community Journalism: the path to profitability*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Abernathy, P.M. (2016). *The Rise of a News Media Baron and the Emerging Threat of News Deserts*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Abernathy, P.M. (2017). *Thwarting the Emergence Of News Deserts*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Abernathy, P.M. (2018). *The Expanding News Desert*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Ardizzoni, M. (2013). Tactical media practices in Italy: The case of Insu^{tv}. *Journalism*, 14(7), 868-884.
- Anderson, C. W. (2013). *Rebuilding the News: Metropolitan Journalism in the Digital Age*. Philadelphia: Temple University.
- Aldridge, M. (2007). *Understanding the Local Media*. London: McGraw-Hill Education.
- Ali, C. (2017). *Media Localism: The Policies of Place*. Champaign: University of Illinois Press.
- Barnett, S., & Townend, J. (2015). Plurality, policy and the local: can hyperlocals fill the gap? *Journalism Practice*, 9(3), 332-349.
- Boyles, J. L. (2017). Laboratories for news? Experimenting with journalism hackathons. *Journalism*, First published October 2017, DOI: <https://doi.org/10.1177/2F1464884917737213>
- Canter, L. (2013). The misconception of online comment threads: Content and control on local newspaper websites. *Journalism Practice*, 7(5), 604-619.
- Carlsson, E., & Nilsson, B. (2016). Technologies of participation: Community news and social media in Northern Sweden. *Journalism*, 17(8), 1113-1128.
- Cawley, A. (2017). Johnston Press and the crisis in Ireland's local newspaper industry, 2005–2014. *Journalism*, 18(9), 1163-1183.
- Chadha, M. (2016). What I am versus what I do: Work and identity negotiation in hyperlocal news startups. *Journalism Practice*, 10(6), 697-714.
- Cook, C. E., Geels, K., & Bakker, P. (2016). *Hyperlocal Revenues in the UK and Europe. Mapping the Road to Sustainability and Resilience*. London: Nesta
- Costera Meijer, I. (2010). Democratizing journalism? Realizing the citizen's agenda for local news media. *Journalism Studies*, 11(3), 327-342.
- Currah, A. (2009). *Navigating the Crisis in Local and Regional News: A critical review of solutions*. Oxford: University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- De Aguiar, M., & Stearns, J. (2016). *Lessons Learned from the Local News Lab*. Morristown: Geraldine R. Dodge Foundation.
- Dick, M. (2012). The re-birth of the beat. A hyperlocal online newsgathering model. *Journalism Practice*, 6(5-6), 754-765.
- Dickens, L., Couldry, N., & Fotopoulou, A. (2015). News in the community? Investigating emerging inter-local spaces of news production/consumption. *Journalism Studies*, 16(1), 97-114.
- Fenton, N., Metykova, M., Schlosberg, J., & Freedman, D. (2010). *Meeting the News Needs of Local Communities*. London: Mediastrust.
- Firmstone, J., & Coleman, S. (2014). The changing role of the local news media in enabling citizens to engage in local democracies. *Journalism Practice*, 8(5), 596-606.
- Firmstone, J. (2016). Mapping changes in local news. *Journalism Practice*, 10(7), 928-938.
- Fröhlich, R., Quiring, O., & Engesser, S. (2012). Between idiosyncratic self-interests and professional standards: A contribution to the understanding of participatory journalism in Web 2.0. Results from an online survey in Germany. *Journalism*, 13(8), 1041-1063.
- Harnischmacher, M. (2015). Journalism after all: Professionalism, content and performance—comparison between alternative news websites and websites of traditional newspapers in German local media markets. *Journalism*, 16(8), 1062-1084.
- Harte, D., Howells, R., & Williams, A. (2018). *Hyperlocal Journalism: The decline of local newspapers and the rise of online community news*. London: Routledge.
- Harte, D., Turner, J., & Williams, A. (2016). Discourses of enterprise in hyperlocal community news in the UK. *Journalism Practice*, 10(2), 233-250.
- Harte, D., Williams, A., & Turner, J. (2017). Reciprocity and the hyperlocal journalist. *Journalism Practice*, 11(2-3), 160-176.
- Hess, K. (2013). Breaking boundaries: Recasting the “local” newspaper as “geo-social” news in a digital landscape. *Digital Journalism*, 1(1), 48-63.
- Hatcher, J., & Haavik, E. (2014). “We Write with Our Hearts” How community identity shapes Norwegian community journalists' news values. *Journalism Practice*, 8(2), 149-163.
- Jenkins, J & Nielsen, R. K. (2018). *The Digital Transition of Local News*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Karlsson, M., & Holt, K. (2014). Is anyone out there? Assessing Swedish citizen-generated community journalism. *Journalism Practice*, 8(2), 164-180.
- Kennedy, D. (2013). *The Wired City: Reimagining journalism and civic life in the post-newspaper age*. Amherst: University of Massachusetts Press.
- Kurpius, D. D., Metzgar, E. T., & Rowley, K. M. (2010). Sustaining hyperlocal media: In search of funding models. *Journalism Studies*, 11(3), 359-376.
- Leckner, S., & Tenor, C. (2017). Everybody is a journalist? User participation in hyperlocal news media in Sweden. First published November 2017. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1392254>
- Leupold, A., Klinger, U., & Jarren, O. (2018). Imagining the City: How local journalism depicts social cohesion. *Journalism Studies*, 19(7), 960-982.

- Lewis, S. C., Kaufhold, K., & Lasorsa, D. L. (2010). Thinking about citizen journalism: The philosophical and practical challenges of user-generated content for community newspapers. *Journalism Practice*, 4(2), 163-179.
- Lloyd, M., & Friedland, L. A. (Eds.). (2016). *The Communication Crisis in America, and How to Fix it*. New York: Palgrave Macmillan.
- López-García, X., Negreira-Rey, M. C., & Rodríguez-Vásquez, A. I. (2016). Cibermedios hiperlocales ibéricos: El nacimiento de una nueva red de proximidad. *Cuadernos info*, (39), 225-240.
- Metzgar, E. T., Kurpius, D. D., & Rowley, K. M. (2011). Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New media & society*, 13(5), 772-787.
- Mitchell, A. et al (2015). *Local News in a Digital Age*. Washington: Pew Research Center.
- Napoli, P. M., Stonbely, S., McCollough, K., & Rennings, B. (2015). *Assessing the Health of Local Journalism Ecosystems*. New Brunswick: Rutgers.
- Napoli, P., Weber, M., McCollough, K. & Wang, Q. WANG (2018). *Assessing Local Journalism: News Deserts, Journalism Divides, and the Determinants of the Robustness of Local News*. Durham: DeWitt Wallace Center for Media and Democracy.
- Nielsen, R. K. (2015). *Local Journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media*. London: IB Tauris.
- Nielsen, R. K. (2016). Folk Theories of Journalism: The many faces of a local newspaper. *Journalism Studies*, 17(7), 840-848.
- Nygren, G., Leckner, S., & Tenor, C. (2017). Hyperlocals and Legacy Media. *Nordicom Review*, First published October 2017, 33-49.
- O'Neill, D., & O'Connor, C. (2008). The passive journalist: How sources dominate local news. *Journalism Practice*, 2(3), 487-500.
- Olsen, R. K., & Solvoll, M. K. (2018). Reinventing the business model for local newspapers by building walls. *Journal of Media Business Studies*, (15)1, 1-18.
- Pardo-Baldeón, Ramón-Serafín (2016). "Nuevos proyectos de periodistas emprendedores en el escenario hiperlocal: el caso de la provincia de Castellón". *El profesional de la información*, (25)3, pp. 423-430
- Paulussen, S., & D'heer, E. (2013). Using citizens for community journalism: Findings from a hyperlocal media project. *Journalism Practice*, 7(5), 588-603.
- Radcliffe, D. (2012). *Here and Now: UK hyperlocal media today*. London: Nesta
- Radcliffe, D., & Ali, C. (2017). *Local News in a Digital World: Small-Market Newspapers in the Digital Age*. New York: Tow Center for Digital Journalism.
- Ramsay, G., & Moore, M. (2016). *Monopolising Local News: Is There an Emerging Democratic Deficit in the UK due to the Decline of Local Newspapers*. London: King's College.
- Rouger, A. (2008). What future for local news? The crisis of the French regional daily press. *Journalism Studies*, 9(5), 822-831.
- Singer, J. B. (2010). Quality control: Perceived effects of user-generated content on newsroom norms, values and routines. *Journalism Practice*, 4(2), 127-142.
- Splendore, S. (2017). The dominance of institutional sources and the establishment of non-elite ones: The case of Italian online local journalism. *Journalism*, first published August 1 DOI <https://doi.org/10.1177%2F1464884917722896>
- Taylor, I. (2015). Towards a better understanding of how radical non-official sources approach media relations: The case of the British anti-war movement. *Journalism*, 16(2), 181-197.
- Van Kerkhoven, M., & Bakker, P. (2014). The hyperlocal in practice: Innovation, creativity and diversity. *Digital journalism*, 2(3), 296-309.
- Vera-Zambrano, S. & Powers, M. (2017). Les enquêtes comparatives comme des relations sociales. Retour réflexif d'une recherche Franco-Américaine sur le journalisme local. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 6, n°2 - 2017, mis en ligne le 15 décembre 2017. URL: <http://surlejournisme.org/rev>
- Wadbring, I., & Bergström, A. (2017). A print crisis or a local crisis? Local news use over three decades. *Journalism Studies*, 18(2), 175-190.
- Wall, M. (2015). Citizen journalism: A retrospective on what we know, an agenda for what we don't. *Digital Journalism*, 3(6), 797-813.
- Wiard, V., & Pereira, F. H. (2018). Bad Neighborhoods in a Good City? Space, place and Brussels's online news. *Journalism Studies*, First Published January 9, 1-26. DOI <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1417052>
- Wiard, V., & Simonson, M. (2018). 'The city is ours, so let's talk about it': Constructing a citizen media initiative in Brussels. *Journalism*, First Published March 23, DOI <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884918770556>
- White, D., Pennycook, L., Perrin, W., & Hartley, S. (2017). The future's bright but the future's local—the rise of hyperlocal journalism in the United Kingdom. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 6(1), 71-82.
- Williams, A., Harte, D., & Turner, J. (2015). The value of UK hyperlocal community news: Findings from a content analysis, an online survey and interviews with producers. *Digital Journalism*, 3(5), 680-703.



Periodismo local en Europa

Reencontrando a su público

JOSEP ÀNGEL GUIMERA

Profesor agregado
Universitat Autònoma de Barcelona
Espanya
josepangel.guimera@uab.cat

DAVID DOMINGO

Chaire de journalisme
ReSIC-LaPIJ
Université libre de Bruxelles
Belgique
david.domingo@ulb.ac.be

ANDY WILLIAMS

Senior Lecturer
Cardiff University
United Kingdom
WilliamsA28@cardiff.ac.uk



La desaparición de medios de larga tradición, la reducción de plantilla en muchos otros, la absorción de empresas locales por parte de grandes empresas (trans)nacionales y la aparición de nuevas formas de periodismo digital han transformado los ecosistemas locales en profundidad. Esto ha generado necesidades de conocimiento evidentes tanto para los académicos como, también y quizás sobre todo, para los propios actores. El interés científico por la información local ha sido alimentado por una percepción normativa de la importancia del periodismo para la salud de la vida política y el debate público, en espacios donde la multiplicidad de publicaciones puede ser menor que en los mercados nacionales o internacionales. Este interés se ha traducido, en la última década, en el nacimiento de proyectos y centros de investigación especializados, así como una multiplicidad de libros y artículos que exploran diferentes facetas de los retos y la evolución del periodismo local.

Este número especial de *About Journalism – Sur le journalisme – Sobre jornalismo* quiere contribuir al debate sobre las tensiones que vive el periodismo de proximidad, reflejo de la situación general de la profesión y a la vez muestra de la diversidad de soluciones, adaptadas a contextos concretos. Los ecosistemas mediáticos locales son microcosmos donde las tendencias globales del periodismo se materializan con características específicas. Se trata

Pour citer cet article

Référence électronique

Josep Àngel Guimerà, David Domingo, Andy Williams, « Periodismo local en Europa: reencontrando a su público », *Sur le journalisme, About Journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 7, n°2 - 2018, 15 décembre - December 15 - 15 de dezembro.

URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

de mercados de la información de tallas muy diversas, pero que tienen en común la cercanía entre los productores y los consumidores de la información: periodistas, fuentes y ciudadanos. La exploración de cómo se (re)articula esta proximidad es central en las contribuciones a este número especial, que analizan el panorama general y casos concretos de seis países europeos: Bélgica, España, Francia, Noruega, Portugal, Suecia y Suiza. En esta introducción, exponemos a continuación las principales iniciativas que estructuran la investigación sobre el periodismo local en Europa y Estados Unidos, por su influencia académica y cultural mutua en este ámbito. Seguidamente, proponemos un repaso a las principales líneas de trabajo de la literatura científica más reciente para poner en perspectiva las contribuciones de este monográfico. Acabamos con una propuesta de las pistas de investigación futuras abiertas por estas contribuciones y reivindicando la importancia del estudio de los procesos de comunicación pública en el ámbito local.

UN INTERÉS ACADÉMICO CRECIENTE

La atención creciente por el periodismo local entre los investigadores está acompañada a menudo por un sentimiento de urgencia, la sensación de estar abordando un objeto de estudio en riesgo de extinción y la voluntad de contribuir a su supervivencia. En Estados Unidos, diversos centros de investigación y autores han hecho aportaciones al problema en forma de informes y monografías. La Geraldine L. Dodge Foundation lideró en 2014 el lanzamiento del Local News Lab (ahora sostenido por la Democracy Foundation) con el ánimo de experimentar nuevas formas de periodismo local y de financiarlo en New Jersey. Napoli et al. (2015) realizó en el marco de este proyecto una investigación que daba cuenta de las diferencias de “infraestructura, resultado y rendimiento” en tres comunidades de New Jersey. Un año después se publicó *Lessons learned from the Local news lab* (De Aguiar y Stearn, 2016), en el cual se sintetizan los aprendizajes de los primeros experimentos. Por su parte, el Pew Research Center (2015) analizaba el estado de salud del periodismo local en tres áreas metropolitanas de los Estados Unidos. En 2016, la Universidad de Carolina del Norte creó el Center for Innovation and Sustainability in Local Media (CISLM), con el apoyo de la Knight Foundation. Desde entonces, tres informes han sido publicados por Penelope Mucse Abernathy (2016, 2017 y 2018) sobre los cambios en los mercados mediáticos locales, con una atención especial por la proliferación de “desiertos informativos”. Radcliffe y Ali (2017) abordaban en su investigación amparada por el Tow Center for Digital Journalism como los “periódicos de mercados pequeños” están

respondiendo a la disrupción digital. La preocupación en la University of Columbia por estos medios es notable y ha llevado a la Columbia Journalism Review a crear un mapa¹ de los denominados “desiertos informativos” surgidos de la desaparición de periódicos locales en todo el país. Finalmente, ya en 2018, el News Measures Research Project de la Duke University ha llevado a cabo una investigación también encabezada por Napoli que apunta a la escasez de noticias realmente locales y de valor social en medios de comunidades pequeñas y medianas del país (Napoli et al, 2018). Un hecho preocupante según la mirada normativa antes apuntada.

Varios libros más destacan en el periodo considerado. En 2013, dos estudios de caso mostraron las transformaciones del ecosistema de medios locales en Philadelphia (Anderson, 2013) y Connecticut (Kennedy, 2013), mostrando la indefinición de la estrategia digital de los periódicos ante la proliferación de blogs, activistas de la información y proyectos sin ánimo de lucro. Un año más tarde, Abernathy (2014) publicó su primera contribución sobre esta materia, con una propuesta para garantizar la sostenibilidad económica a largo plazo de los periódicos locales. Lloyd y Freedman (2016) en su elocuente *The communication crisis in America, and how to fix it* prestan especial atención a la crisis de la información local y cómo esta afecta (negativamente) a las necesidades informativas de las comunidades. En una línea similar pero centrada en la televisión local, Ali (2017) aborda los problemas para definir –y por lo tanto regular– la televisión local en el siglo XXI en Estados Unidos, Reino Unido y Canadá. Estas limitaciones ponen en riesgo la viabilidad a largo plazo de la información local, tanto por la concentración empresarial como por la colonización de los mercados locales.

En Europa, el Reino Unido concentra las aportaciones en este campo con el liderazgo temprano del Reuters Institute for the Study of Journalism de la University of Oxford. En 2009 editó un informe de Currah con posibles soluciones a la “seria crisis de financiación” en las noticias locales y regionales, la cual podría conducir a la emergencia de “vacíos informativos” en el Reino Unido. En 2014, el centro organizó la conferencia “Local Journalism around the world: professional practices, economic foundations, and political implications”. Una selección internacional de contribuciones se incluyeron en el libro *Local news* (Nielsen, 2014), que supone un punto de referencia obligatorio en la investigación sobre periodismo local contemporáneo. En él se trata la importancia de los medios locales en diversos aspectos de la vida comunitaria, cómo la crisis económica y la digitalización los afectan y qué estrategias se aplican en diversos países para afrontar

esos problemas. Evitar vacíos informativos y mantener la centralidad de los medios locales en la vida pública parece una preocupación común a todos los autores. En 2018, un estudio recogía evidencias de Finlandia, Francia, Alemania y el Reino Unido y volvía a dar cuenta de los retos y las oportunidades que los periódicos locales y regionales tienen ante la digitalización (Jenkins y Nielsen, 2018).

Las organizaciones benéficas del Reino Unido han financiado investigaciones al respecto, con especial preocupación por el impacto sobre la democracia y la vida en las comunidades locales. Media Trust publicó en 2010 un pionero estudio sobre las necesidades informativas de las comunidades locales (Fenton et al, 2010). Nesta impulsó el programa Destination Local, “dirigido a apoyar la siguiente generación de medios hiperlocales en el Reino Unido”. En 2012 publicó un mapa del sector en UK (Radcliffe, 2012) y en 2016 un informe sobre formas de financiación de proyectos hiperlocales. A partir del análisis en cinco países de Europa, muestra diferentes modelos de ingresos para fortalecer modelos de negocio de este tipo de iniciativas (Cook et al, 2016).

Por su parte, *Understanding the Local Media* de Meryl Aldridge (2007) supuso un punto de partida importante al sistematizar conocimiento sobre prensa, radio y televisión en un momento inicial de la transformación en curso. Ramsay y Moore (2016) se centraron en el declive de los periódicos locales, un posible déficit democrático y sus implicaciones políticas. También en el Reino Unido, un grupo heterogéneo de investigadores ha impulsado con fuerza la investigación sobre los denominados hiperlocales. El resultado más reciente es la publicación de *Hyperlocal journalism: The decline of local newspapers and the rise of online community news* (Harte, Howells y Williams, 2018), que explora en qué medida las iniciativas digitales ciudadanas pueden compensar la pérdida de cobertura informativa profesional, a menudo desde una gran fragilidad económica. Finalmente, Baines y Gulyas están editando un *Routledge Companion to Local Media and Journalism* de alcance global que tiene prevista su publicación durante la primera mitad de 2019.

**CRISIS, PARTICIPACIÓN CIUDADANA
E IMPACTO EN LA COMUNIDAD**

Si bien todas las referencias apuntadas permiten poner de manifiesto el interés por el periodismo local, es en los artículos científicos donde se observa la amplitud y diversidad de esta vibrante línea de investigación. Concentrándonos en Europa –el ámbito geográfico en que ha acabado centrado este

monográfico-, durante la última década se detectan decenas de aportaciones en las principales revistas científicas especializadas en periodismo. Por una parte, si las monografías y volúmenes editados son un fenómeno especialmente concentrado en los últimos tres años, los artículos indican que ya existía un notable interés investigador a los inicios de esta década. Geográficamente, siguen siendo notables las aportaciones del Reino Unido y países escandinavos, en comparación con los textos sobre los países de Europa central y mediterránea. Un análisis temático de este conjunto de textos permite detectar cuatro grandes grupos de aportaciones: la crisis económica de los medios locales impresos y la emergencia del fenómeno hiperlocal; la cuestión de la participación y el contenido producido por el público (User Generated Content, UGC); el impacto que todos estos cambios pueden estar teniendo en la vida de las comunidades a las que sirven los medios (hiper)locales; y los cambios en la cultura periodística local, con la identidad profesional de los periodistas como centro de atención. Los artículos que podréis leer en este número especial abordan uno o varios de estos temas cada uno.

La preocupación por la crisis del papel ha fomentado la investigación sobre las innovaciones y posibles modelos de negocio futuros. Cawley (2016) analizó la crisis del papel en Irlanda, mientras que Rouger (2008) lo hacía en Francia y Wadbring y Bergstrom (2017) analizan 30 años de evolución en Suecia. Por su parte, Olsen y Solvoy (2018) presentaron las estrategias de los periódicos noruegos para implantar *paywalls* y Boyles (2017) expuso los puntos fuertes y debilidades de los *hackatones* periodísticos como instrumentos de innovación periodística en nueve países. En este monográfico, Birgit Rø Mathisen y Lisbeth Morlandstø abordan la actitud de los periodistas respecto a la innovación, no sólo tecnológica, sino sobre todo en los géneros periodísticos y la manera de trabajar. Su artículo documenta las tensiones entre motivaciones económicas y ideales democráticos en la definición del periodismo local y las innovaciones que adoptan dos periódicos regionales noruegos. La imagen de conjunto es una crisis del periodismo local impreso que toma formas nacionales ligeramente distintas pero que presentan en común una caída de la circulación en papel y problemas para monetizar las ediciones digitales, que a su vez necesitan formas innovadoras de presentar los productos periodísticos.

Son diversos los autores que exponen que (parte de) los problemas que genera la debilidad creciente de los medios en papel están siendo abordados por los emergentes medios digitales hiperlocales y la exploración de diferentes modelos de negocio y estructuras de organización empresarial. Diversas

investigaciones han tratado de dar cuenta de la aparición de estos nuevos medios en diversos estados europeos como España y Portugal (López et al., 2016; Pardo, 2016), Reino Unido (White et al, 2017) o Suecia (Leckner et al, 2017). Así mismo, estudios más sofisticados tratan de profundizar en su funcionamiento (van Kerkhoven y Bakker, 2014), detectar los discursos legitimadores que hay detrás de su aparición (Harte et al, 2016), cómo se sustentan económicamente (Kurpius et al, 2010) o cuál es su valor en el conjunto del sistema mediático (Williams et al, 2015). Los cambios que introducen estos medios en el sistema mediático y su relación con los “*legacy media*” (Nygren et al, 2017) y su capacidad para llenar los vacíos informativos también aparecen en la agenda investigadora (Barnett y Townend, 2014). El resultado agregado de estos artículos es el de un sector heterogéneo que atiende a situaciones locales muy diversas pero que tiende a buscar la satisfacción de necesidades informativas específicas mientras lucha por encontrar modelos de negocio sostenibles que eviten la precariedad y amateurismo dominantes. María-Cruz Negreira-Rey, Xosé López-García y Ana-Isabel Rodríguez-Vázquez ofrecen en este número especial una visión de conjunto de estos medios digitales locales en España y Portugal, desde su estructura empresarial y modelo de negocio, hasta su relación con la audiencia y los espacios de participación.

La participación de la audiencia es precisamente un tema mayor en la investigación contemporánea en periodismo local². Hay diversas aportaciones que tratan de dar cuenta de cómo los ciudadanos participan en la creación y difusión de contenidos, qué límites hay para eso y cuáles son las implicaciones para el periodismo, tanto prácticas como filosóficas (Lewis et al, 2010; Costera, 2010; Paulussen y D’heer, 2013; Karlsson y Holt, 2014, Canter, 2013; Ardizzoni, 2013; Dickens, 2014; Carlsson y Nilson, 2016; Wiard y Simonson, 2018). A su vez, la calidad del UGC y cómo es percibido por profesionales y audiencia han captado la atención de investigadores en algunos países del continente (Singer, 2010; Canter, 2012, Frölich et al, 2012). Laura Ahva y Victor Wiard aportan en este monográfico un análisis sistemático de las dinámicas de participación ciudadana en dos proyectos bien diferentes: un medio comunitario sin ánimo de lucro en Bruselas y un periódico gratuito gestionado por periodistas profesionales en Estocolmo. Estos casos muestran cómo cada contexto genera maneras de participar que a su vez configuran el papel del ciudadano en el periodismo, y del rol los medios en la esfera pública. En una metainvestigación sobre los resultados obtenidos en el estudio del periodismo ciudadano, Wall (2015) apuntaba al sentido ambivalente que ha tenido esta implicación de los ciudadanos en la producción de contenidos,

que muestra tanto enriquecimiento como problemas y limitaciones.

Todas las dinámicas apuntadas en las investigaciones precedentes llevan a cambiar la relación que las audiencias (locales) tienen con sus medios de comunicación y, por lo tanto, puede afectar a la vida comunitaria. Artículos como los de Leupold et al. (2016), Wiard y Pereira (2018) o Firmstone y Coleman (2014) tratan de exponer como estos medios reflejan sus comunidades y qué implicaciones puede tener esta cobertura en aspectos como el comportamiento político o la calidad de vida. También cómo se produce una relación recíproca entre medios hiperlocales y sus audiencias (Harte et al, 2017). En este número, Pauline Amiel se concentra en la presencia de medios locales franceses en Facebook y en sus campañas de *crowdfunding* como estrategia para “reconstruir” el vínculo de proximidad con sus lectores. Franck Bousquet, por su parte, explora el espacio de comentarios al pie de las noticias como representación de la esfera pública local. El caso de un periódico del sur de Francia le sirve para observar cómo ciertas dinámicas de participación conectan lo local con tendencias políticas nacionales, desnaturalizando el debate político de proximidad.

En una línea similar, el acceso de los ciudadanos a los medios como fuente de información también ha interesado a los investigadores sobre periodismo local, que han detectado cómo las fuentes pueden llegar a dominar la agenda informativa (O’Neill y O’Connor, 2008), que las fuentes institucionales son dominantes aunque las no vinculadas con la élites están emergiendo en algunos países (Splendore, 2017) y que las “fuentes radicales no oficiales” buscan formas para ser reconocidos como viables (Taylor, 2015). A su vez, la necesidad de repensar los modelos de captación de noticias en un momento de cambio para recuperar el pulso del periodismo local parece clara (Dick, 2012). En este contexto, el artículo de Gilles Labarthe en el monográfico analiza la evolución de la relación entre periodistas locales y fuentes en el contexto de digitalización de la comunicación pública en Suiza. Más allá de la dominación de la agenda mediática por las fuentes institucionales, Labarthe muestra que el incremento en la producción de contenidos por las fuentes en sus sitios web y redes sociales, acaba complicando el trabajo del periodismo de investigación, que se enfrenta a problemas de acceso y de ataques a su legitimidad.

Otros autores han puesto de manifiesto que estos cambios y tensiones están modificando, a su vez, la cultura periodística local. Tanto en lo que se refiere a la identidad como a los valores que profesan los periodistas –especialmente el profesionalis-

mo- como también a las percepciones que tienen de sus tareas. Se han detectado tensiones en Alemania, donde a pesar de todo domina el profesionalismo (Harnischmacher, 2015; ver también Chadha, 2016, para el caso de los Estados Unidos). Hay evidencias de cambios en las autopercepciones profesionales en Reino Unido o Noruega (Firmstone, 2015; Hatcher y Haavik, 2013). En este número especial, Karianne Sørgård Olsen muestra cómo los periodistas noruegos de periódicos locales y antenas regionales de la radio-televisión pública se posicionan respecto a la digitalización de la información, y cómo replantean su identidad profesional, su relación con el público y sus prácticas profesionales.

**RETOS DE FUTURO: TEORIZACIÓN,
PERSPECTIVA HISTÓRICA Y COMPARATIVA**

A pesar de la amplitud de monografías y artículos publicados durante la última década, aún se pueden detectar algunos vacíos de conocimiento y necesidades de profundización en un objeto estudio por definición heterogéneo y muy dinámico. La revisión de literatura deja a la vista un reto pendiente crucial en la investigación del periodismo local: todas estas evoluciones han puesto sobre la mesa la necesidad de (re)pensar conceptualmente la información de proximidad, pero los esfuerzos de teorización son escasos. Metzgar et al. (2011) abordaron un aspecto realmente complejo que se ve en muchas de las investigaciones sobre los medios hiperlocales: la necesidad de definir correctamente un fenómeno nuevo pero que bebe de tradiciones anteriores y también de experiencias coetáneas. Hess (2013), por su parte, propone abandonar conceptos excesivamente ligados al territorio y proponen reformular el periódico local como “*geo-social*”. Un intento de superar los problemas conceptuales que implica definir actualmente a un medio solo a través de sus límites territoriales. Finalmente, Nielsen (2016) destaca como en Dinamarca un mismo periódico local puede ser conceptualizado de maneras diferentes (e incluso opuestas) por los miembros de la audiencia.

Esto pone de manifiesto la importancia de las percepciones de la ciudadanía a la hora de entender (y definir) los medios locales. Una aproximación más profunda a las necesidades, intereses y perspectivas de la audiencia puede ayudar a ese necesario esfuerzo teorizador y, por supuesto, a un mejor conocimiento de los propios medios desde una perspectiva que no siempre es tenida suficientemente en cuenta.

El reto conceptual y teórico puede beneficiarse también de esfuerzos comparativos como los propuestos por Ahva y Wiard, o Negreira-Rey y sus colegas, en este número especial. Poner en contraste tendencias similares en contextos culturales, económicos y políticos diferentes puede ayudar a testear la capacidad explicativa de nuevos modelos de análisis, pero también supone el reto de negociar las distancias teóricas, epistemológicas y metodológicas de tradiciones científicas diferentes (Vera-Zambrano y Powers, 2017)³. En este esfuerzo comparativo sería de gran valor incluir otros países del sur y el este de Europa, así como expandir el foco a otros continentes. Existen ecosistemas de comunicación con larga tradición de medios locales, pero muy poco o nada presentes en el circuito investigador internacional. Por otro lado, una de las estrategias de investigación que echamos de menos en las investigaciones más recientes sobre periodismo digital es la perspectiva histórica. Como bien apuntan Metzgar et al. (2011), las transformaciones actuales se pueden comprender mejor si exploramos sus orígenes y referentes, la evolución de los proyectos de comunicación local a lo largo de décadas de desarrollo, y a menudo de lucha y resistencia.

La perspectiva histórica, la intensificación de la aproximación a la audiencia y el esfuerzo comparativo, unidos a una teorización sensible a las nuevas realidades y configuraciones del espacio local, permitirán profundizar la reflexión sobre la redistribución de legitimidades en la producción de la información local, y la posición de los medios profesionales en un ecosistema plagado de nuevas voces que no siempre consiguen ser escuchadas.

NOTAS

1. https://www.cjr.org/local_news/american-news-deserts-donuts-local.php

2. De la misma manera que es un tema principal en los estudios sobre periodismo en general. Ver el número especial “Le journalisme en ligne et ses publics” en el volumen 4(2) de *Sur le journalisme* (2015).

3. Ver el monográfico “Études comparatives sur le journalisme, les médias et la politique” en el volumen 6(2) de *Sur le journalisme* (2017).

FUENTES CONSULTADAS

- Abernathy, P. M., 2014. *Saving Community Journalism: the path to profitability*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Abernathy, P.M., 2016. *The Rise of a News Media Baron and the Emerging Threat of News Deserts*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Abernathy, P.M., 2017. *Thwarting the Emergence Of News Deserts*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Abernathy, P.M., 2018. *The Expanding News Desert*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Ardizzoni, M., 2013. Tactical media practices in Italy: The case of Insu^{tv}. *Journalism*, 14(7), 868-884.
- Anderson, C. W., 2013. *Rebuilding the News: Metropolitan Journalism in the Digital Age*. Philadelphia: Temple University.
- Aldridge, M., 2007. *Understanding the Local Media*. London: McGraw-Hill Education.
- Ali, C., 2017. *Media Localism: The Policies of Place*. Champaign: University of Illinois Press.
- Barnett, S., & Townend, J., 2015. Plurality, policy and the local: can hyperlocals fill the gap? *Journalism Practice*, 9(3), 332-349.
- Boyles, J. L., 2017. Laboratories for news? Experimenting with journalism hackathons. *Journalism*, First published October 2017, DOI: <https://doi.org/10.1177/2F1464884917737213>
- Canter, L., 2013. The misconception of online comment threads: Content and control on local newspaper websites. *Journalism Practice*, 7(5), 604-619.
- Carlsson, E., & Nilsson, B., 2016. Technologies of participation: Community news and social media in Northern Sweden. *Journalism*, 17(8), 1113-1128.
- Cawley, A., 2017. Johnston Press and the crisis in Ireland's local newspaper industry, 2005–2014. *Journalism*, 18(9), 1163-1183.
- Chadha, M., 2016. What I am versus what I do: Work and identity negotiation in hyperlocal news startups. *Journalism Practice*, 10(6), 697-714.
- Cook, C. E., Geels, K., & Bakker, P., 2016. *Hyperlocal Revenues in the UK and Europe. Mapping the Road to Sustainability and Resilience*. London: Nesta
- Costera Meijer, I., 2010. Democratizing journalism? Realizing the citizen's agenda for local news media. *Journalism Studies*, 11(3), 327-342.
- Currah, A., 2009. *Navigating the Crisis in Local and Regional News: A critical review of solutions*. Oxford: University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- De Aguiar, M., & Stearns, J., 2016. *Lessons Learned from the Local News Lab*. Morristown: Geraldine R. Dodge Foundation.
- Dick, M., 2012. The re-birth of the beat. A hyperlocal online newsgathering model. *Journalism Practice*, 6(5-6), 754-765.
- Dickens, L., Couldry, N., & Fotopoulou, A., 2015. News in the community? Investigating emerging inter-local spaces of news production/consumption. *Journalism Studies*, 16(1), 97-114.
- Fenton, N., Metykova, M., Schlosberg, J., & Freedman, D., 2010. *Meeting the News Needs of Local Communities*. London: Mediatrust.
- Firmstone, J., & Coleman, S., 2014. The changing role of the local news media in enabling citizens to engage in local democracies. *Journalism Practice*, 8(5), 596-606.
- Firmstone, J., 2016. Mapping changes in local news. *Journalism Practice*, 10(7), 928-938.
- Fröhlich, R., Quiring, O., & Engesser, S., 2012. Between idiosyncratic self-interests and professional standards: A contribution to the understanding of participatory journalism in Web 2.0. Results from an online survey in Germany. *Journalism*, 13(8), 1041-1063.
- Harnischmacher, M., 2015. Journalism after all: Professionalism, content and performance—comparison between alternative news websites and websites of traditional newspapers in German local media markets. *Journalism*, 16(8), 1062-1084.
- Harte, D., Howells, R., & Williams, A., 2018. *Hyperlocal Journalism: The decline of local newspapers and the rise of online community news*. London: Routledge.
- Harte, D., Turner, J., & Williams, A., 2016. Discourses of enterprise in hyperlocal community news in the UK. *Journalism Practice*, 10(2), 233-250.
- Harte, D., Williams, A., & Turner, J., 2017. Reciprocity and the hyperlocal journalist. *Journalism Practice*, 11(2-3), 160-176.
- Hess, K., 2013. Breaking boundaries: Recasting the “local” newspaper as “geo-social” news in a digital landscape. *Digital Journalism*, 1(1), 48-63.
- Hatcher, J., & Haavik, E., 2014. “We Write with Our Hearts” How community identity shapes Norwegian community journalists' news values. *Journalism Practice*, 8(2), 149-163.
- Jenkins, J & Nielsen, R. K., 2018. *The Digital Transition of Local News*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Karlsson, M., & Holt, K., 2014. Is anyone out there? Assessing Swedish citizen-generated community journalism. *Journalism Practice*, 8(2), 164-180.
- Kennedy, D., 2013. *The Wired City: Reimagining journalism and civic life in the post-newspaper age*. Amherst: University of Massachusetts Press.
- Kurpius, D. D., Metzgar, E. T., & Rowley, K. M., 2010. Sustaining hyperlocal media: In search of funding models. *Journalism Studies*, 11(3), 359-376.
- Leckner, S., & Tenor, C., 2017. Everybody is a journalist? User participation in hyperlocal news media in Sweden. First published November 2017. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1392254>
- Leupold, A., Klinger, U., & Jarren, O., 2018. Imagining the City: How local journalism depicts social cohesion. *Journalism Studies*, 19(7), 960-982.
- Lewis, S. C., Kaufhold, K., & Lasorsa, D. L., 2010. Thin-

- king about citizen journalism: The philosophical and practical challenges of user-generated content for community newspapers. *Journalism Practice*, 4(2), 163-179.
- Lloyd, M., & Friedland, L. A. (Eds.), 2016. *The Communication Crisis in America, and How to Fix it*. New York: Palgrave Macmillan.
- López-García, X., Negreira-Rey, M. C., & Rodríguez-Vásquez, A. I., 2016. Cibermedios hiperlocales ibéricos: El nacimiento de una nueva red de proximidad. *Cuadernos. info*, (39), 225-240.
- Metzgar, E. T., Kurpius, D. D., & Rowley, K. M., 2011. Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New media & society*, 13(5), 772-787.
- Mitchell, A. et al, 2015. *Local News in a Digital Age*. Washington: Pew Research Center.
- Napoli, P. M., Stonbely, S., McCollough, K., & Rennings, B., 2015. *Assessing the Health of Local Journalism Ecosystems*. New Brunswick: Rutgers.
- Napoli, P., Weber, M., McCollough, K. & Wang, Q., 2018. *Assessing Local Journalism: News Deserts, Journalism Divides, and the Determinants of the Robustness of Local News*. Durham: DeWitt Wallace Center for Media and Democracy.
- Nielsen, R. K., 2015. *Local Journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media*. London: IB Tauris.
- Nielsen, R. K., 2016. Folk Theories of Journalism: The many faces of a local newspaper. *Journalism Studies*, 17(7), 840-848.
- Nygren, G., Leckner, S., & Tenor, C., 2017. Hyperlocals and Legacy Media. *Nordicom Review*, First published October 2017, 33-49.
- O'Neill, D., & O'Connor, C., 2008. The passive journalist: How sources dominate local news. *Journalism Practice*, 2(3), 487-500.
- Olsen, R. K., & Solvoll, M. K., 2018. Reinventing the business model for local newspapers by building walls. *Journal of Media Business Studies*, (15)1, 1-18.
- Pardo-Baldeón, Ramón-Serafín, 2016. "Nuevos proyectos de periodistas emprendedores en el escenario hiperlocal: el caso de la provincia de Castellón". *El profesional de la información*, (25)3, pp. 423-430
- Paulussen, S., & D'heer, E., 2013. Using citizens for community journalism: Findings from a hyperlocal media project. *Journalism Practice*, 7(5), 588-603.
- Radcliffe, D., 2012. *Here and Now: UK hyperlocal media today*. London: Nesta
- Radcliffe, D., & Ali, C., 2017. *Local News in a Digital World: Small-Market Newspapers in the Digital Age*. New York: Tow Center for Digital Journalism.
- Ramsay, G., & Moore, M., 2016. *Monopolising Local News: Is There an Emerging Democratic Deficit in the UK due to the Decline of Local Newspapers*. London: King's College.
- Rouger, A., 2008. What future for local news? The crisis of the French regional daily press. *Journalism Studies*, 9(5), 822-831.
- Singer, J. B., 2010. Quality control: Perceived effects of user-generated content on newsroom norms, values and routines. *Journalism Practice*, 4(2), 127-142.
- Splendore, S., 2017. The dominance of institutional sources and the establishment of non-elite ones: The case of Italian online local journalism. *Journalism*, first published August 1 DOI <https://doi.org/10.1177%2F1464884917722896>
- Taylor, I., 2015. Towards a better understanding of how radical non-official sources approach media relations: The case of the British anti-war movement. *Journalism*, 16(2), 181-197.
- Van Kerkhoven, M., & Bakker, P., 2014. The hyperlocal in practice: Innovation, creativity and diversity. *Digital journalism*, 2(3), 296-309.
- Vera-Zambrano, S. & Powers, M., 2017. Les enquêtes comparatives comme des relations sociales. Retour réflexif d'une recherche Franco-Américaine sur le journalisme local. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 6, n°2 - 2017, mis en ligne le 15 décembre 2017. URL: <http://surlejournisme.org/rev>
- Wadbring, I., & Bergström, A., 2017. A print crisis or a local crisis? Local news use over three decades. *Journalism Studies*, 18(2), 175-190.
- Wall, M., 2015. Citizen journalism: A retrospective on what we know, an agenda for what we don't. *Digital Journalism*, 3(6), 797-813.
- Wiard, V., & Pereira, F. H., 2018. Bad Neighborhoods in a Good City? Space, place and Brussels's online news. *Journalism Studies*, First Published January 9, 1-26. DOI <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1417052>
- Wiard, V., & Simonson, M., 2018. 'The city is ours, so let's talk about it': Constructing a citizen media initiative in Brussels. *Journalism*, First Published March 23, DOI <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884918770556>
- White, D., Pennycook, L., Perrin, W., & Hartley, S., 2017. The future's bright but the future's local—the rise of hyperlocal journalism in the United Kingdom. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 6(1), 71-82.
- Williams, A., Harte, D., & Turner, J., 2015. The value of UK hyperlocal community news: Findings from a content analysis, an online survey and interviews with producers. *Digital Journalism*, 3(5), 680-703.



Innovating contextual genres

A strategy to sustain regional democratic relevance?

BIRGIT RØE MATHISEN
Nord University, Bodø
Norway
birgit.r.mathisen@nord.no

LISBETH MORLANDSTØ
Nord University, Bodø
Norway
Lisbeth.morlandsto@nord.no



Newsrooms are undergoing fundamental changes, at every level - local, regional, and national. Financial crisis, changing structural framework, new technology and audience behaviour all pose challenges for journalism. One of the essential questions is how these changes will affect the public role of journalism as a whole in democratic societies. Legacy news media has been criticized for lagging behind in digital innovation and rarely encouraging experimentation (Boczkowski 2004a: 51). Küng (2015), however, claims that the media industry always has been innovative. Storsul and Krumsvik (2013) likewise show that media innovation is concerned with both product as well as social innovation, the latter improving people's lives. Trappel (2015: 14) makes a similar argument, tying innovation to democracy and suggesting research on new technologies in communications should address their implications for democratic values.

Several studies have investigated media innovation, but few of them have examined it in the context of local and regional media, even though such media are challenged by digitization and digital convergence and are under pressure to innovate in order to sustain their relevance (Morlandstø & Krumsvik 2014, 20). The local press is important for local democracy and public debate (Høst 2005; Aalberg et al. 2015; Nielsen 2015) as well as local identity and

Pour citer cet article, to quote this article, para citar este artigo :

B. Røe Mathisen, L. Morlandstø, « Innovating contextual genres. A strategy to sustain regional democratic relevance? », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 7, n°2 - 2018, 15 décembre - December 15 - 15 de dezembro.
URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

belonging (Císarová 2017). In the European context, Norway stands out with its characteristically decentralised press structure, and by a high level of newspaper readership and circulation. Yet the Norwegian local and regional media are also affected by the crisis, and also feel the need to innovate in order to sustain their influence (Mathisen & Morlandstø 2018:6; Eide et al. 2016).

This exploration of innovations includes journalistic genres, as digital platforms convey new possibilities for develop old genres of journalism. Rapid changes in infrastructure and material platforms fostered by digitisation are constantly exposing and challenging the concepts of genre (Liestøl & Morrison 2016). This is also influencing the democratic value of journalistic content. Depending on genre, there has been a significant rise in contextual reporting in recent years (Esser & Umbrecht 2014; McNair 2008; Fink & Schudson 2014), including opinion-based and explanatory journalism, among others. These changes are rooted in a need for contextualization brought about by the accelerating pace of the news cycle (Le Masurier 2015; Neveu 2016).

In this article, we discuss how regional newsrooms in Norway develop their commentary and explanatory genres online. Our research question is: *how do regional newsrooms in Norway use genre innovation to develop and sustain their societal role in a democratic public sphere?* Our goal is to address how genre development might contribute to the understanding of the socio-political function of regional journalism in the digital age and to investigate how journalists and editors in regional media speak of their role in this period of rapid and fundamental change.

We base our analysis on two case studies: one examines online opinion-based journalism at the regional newspaper *Nordlys* and its innovative product *Nordnorsk debatt*.¹ The other looks at the online site *Brijf*² presented by the regional newspaper *Bergens Tidende*, which publishes explanatory journalism aimed at a younger audience. The article is based on interviews with editors and journalists in both newsrooms.

The article is organized as follows. First, we outline the background and describe the typical features of the Norwegian media landscape. We then explore the theoretical framework, institutional perspectives on journalism, and the concepts of innovation and genre. Next, we draw up the context for the two cases we study and describe our data and methods. Finally, we turn to our analysis and a discussion of our findings.

BACKGROUND

Readership and circulation have remained high in Norway compared to other Western countries (Høst 2017; Vaage 2017). One important reason for this is the decentralized nature of Norwegian media. This reflects Norway's elongated geography, which has produced many small municipalities and a scattered pattern of settlement. As of late 2016, no fewer than 227 newspapers were being published in 186 different cities and communities; both national press published in the capital Oslo as well as local and regional press spread across the country (Høst 2017: 5). As Norwegian newspapers transition to digital platforms, the number of digital subscribers has grown, and online news readership overtook print readership in 2014 (Vaage 2017).

Researchers have characterized the local press as the “*spine*” or “*backbone*” of the Norwegian media (Høst 2005; Mathisen 2010). Nielsen (2015) has described them as “*keystone*” elements of the political information environment because they enable secondary coverage by other media and thus have ecological consequences that reach well beyond their own audiences. Scholars regard this local and regional media as vital for local democracy, citizenship, and public debate (Franklin 2006; Mathisen 2010; Mathisen & Morlandstø 2016; Engan 2016) and consider them to be mediators of local culture and identity (Skogerbø & Windsvold 2011; Aldridge 2007).

Hallin and Mancini (2009) describe both the Nordic and Central European media systems as a “*democratic corporatist*” model with several similar characteristics linked to political, social and economic structure. They underscore the high circulation of the local press as a characteristic feature of this model, advancing strong local patriotism as a possible reason (p. 150).

The stability of local newspapers may seem remarkable in a time of dramatic change in the media landscape (Morlandstø & Krumsvik 2014: 19), while at the same time Norway has also pioneered in the development of online newspapers (Ottosen 2015: 209). Yet circulation and readership are decreasing in Norway just as they are in other Western countries. The regional level has been more dramatically affected than the smallest local newspapers (Høst 2017). Since the 1990s, the regional press has narrowed its geographical scope, especially in news journalism, closing down several district offices and concentrating news

coverage within towns where they publish (Engan 2016; Sjøvaag 2015).

Local journalism is challenged all over Europe. Newspapers are going out of business (Williams et al. 2014, Ramsey & Gordon 2016), leaving communities and municipalities without local coverage (Howells 2016). As Nielsen (2015: 2) argues, local journalism, like journalism in general, is changing today as a part of a wider, technologically-driven structural transformation of the media environment. These shifts also underscore the necessity of considering local and regional media within a framework of innovation theory.

THEORETICAL FRAMEWORK

In this section, we elaborate the theoretical grounds for the study, drawing on both innovation theory and institutional theory. Journalism is committed to a societal mission (Peters & Broersma 2017). Within an institutional framework on media, Cook (1998: 83) emphasizes that the news media fulfil distinct needs in society: circulating information, enabling public debate and organizing the public sphere. Democracy, publishing technology and journalism are closely intertwined (McNair 2009: 238). Democracy presupposes a public discourse in which ideas and perceptions are freely debated. The news media is a vital institution that enables that public conversation (Aalberg et al. 2015: 26), facilitating society's collective knowledge (Allern & Pollack 2016: 33), as well as opinion making. Waldahl (2007) underscores the duty of the news media to serve society with relevant and trustworthy information in a democratic society, constituting the citizens' most important source for political knowledge and insight. The local and regional media facilitates these roles for local and regional publics and contextual genres are an essential part of how they are performing this institutional role. This brings us to a discussion of the contemporary development of journalistic genres.

Genre development

There has been a significant rise in contextual journalism in recent years (Fink & Schudson 2014). *Commentary or opinion-based journalism*, one of the genres in our study, is rapidly growing all over the Western world (McNair 2008; Knapskog et al. 2016; Wahl-Joergensen & Hanitsch 2009; Salgado & Strömbäck 2012; Esser & Umbricht 2014). In a study of the development of both American and European journalism over recent decades, Esser & Umbricht (2014: 245) conclude that there has been a change in journalism

from observation to interpretation. The growth of commentary, however, has also been subject to criticism and public debate (Patterson 2000; McNair 2008), over the concern, among other things, that it is replacing fact-based and investigative journalism, further blurring borders between facts and opinions.

Knapskog et al. (2016: 165) argue that the commentary genre may be one of the keys to enable professional journalism to enter into a renewed contract with an increasingly demanding and fragmented audience. The regional media in Norway prioritizes commentary journalism. Columnists perceive their societal role as one of public education, critique, agenda setting, and regional patriotism—and their mission as that of a counter-voice, bringing local and regional issues and perspectives into the national public sphere (Mathisen & Morlandstø 2016).

Explanatory journalism, the other genre we are examining, is also a growing. Roy Peter Clark originated the concept in his 1984 essay «*Making Hard News Easy Reading*,» in which he offers strategies to make difficult subjects more digestible for readers.³ A recent example of explanatory journalism is American journalist Lara Setrakian's Syria Deeply,⁴ which conveys the background of the conflict in Syria through reporting, video, analysis, and maps.⁵ The web, with its infinite space and variety of presentation techniques, provides completely new possibilities for this genre. The ambition in explanatory journalism is to uncover how a given news story is connected to other information and events in society. Researchers have linked this recent imperative, the need to contextualize the news, to the accelerated speed of the news cycle over the last few years into a nonstop, 24/7 digital stream (La Masurier 2015; Neveu 2016).

Opinion-based and explanatory journalism are different genres, but both seek to go beyond the mere reporting of news in the interest of context, explanation, analysis, and interpretation. Both genres are closely related to democratic values in terms of disseminating relevant information, facilitating a functional public sphere, and contributing to user participation. At the same time, the growth of these genres is also related to marketing decisions: contextual journalism is a niche that attracts and recruits readers.

Media innovation

Innovation might be about developing genres. Steensen (2013: 49) discusses how innovation relates to genre. He is concerned with how genre theory sheds light on media development and how the

societal function of genres are being transformed by technology. Schumpeter (1939) made a distinction between invention and innovation, defining the latter as occurring only when an invention is successfully brought to market. Storsul and Krumsvik (2013: 14) introduce the concept of *social* innovation when conceptualizing advances in media, defining it as innovation that meets social needs and improves people's lives.

Scholars discuss what preconditions are essential to stimulate media innovation. Several argue that legacy news media have been slow to adopt new technologies and practices (Buczowski 2004a; Ryfe 2012). Ryfe (2012) characterizes American newsrooms as reluctant to embrace innovation, and further claims that journalists' habits often stand in the way of experimentation and change. Other essential preconditions for innovation include structural factors such as organization, work practices and user representation (Buczowski 2004b), professional culture and norms (Singer et al. 2011), and even the individual actions of key members of news teams (Steensen 2009). In a study of the development of the Norwegian local press from 1990 to 2010, Holand (2014) finds that, in addition to internal factors, pressure from outside of the industry provides vital motivation for media innovation. Küng (2013: 9) claims that successful organizations are characterized by a blend of journalistic, technological and commercial competencies. She contends that strong leadership, a culture that views digital platforms as an opportunity and understands the importance of technology, and the ability to adapt, are vital aspects of innovation (Küng 2015: 106). She recognizes, however, that most journalists are rooted in the pre-digital world, having "print in their blood."

Dogruel (2013: 29) understands media innovation as a multi-dimensional concept, based on interactions between the technological, economic and social dimensions of the field. Paulussen (2016: 195) highlights the importance of alignment between business and journalistic motives for innovation as a precondition for it to become accepted in newsrooms. Barnhurst (2013) criticizes the concept of innovation itself for being overly concerned with technology. He argues that rethinking journalism might require a different perspective on innovation, pointing to the utility of citizenship as a vital concept, a step that might make for better news and better politics (p. 218 ff). He argues that journalists need to distance themselves from product innovation and focus on serving citizenship and trust. This overlaps with the concept of social innovation discussed by Storsul & Krumsvik

(2013). As already mentioned, Trappel (2015: 13) also stresses the democratic perspective in relation to innovation, holding that media innovation must offer more than something new; it must provide something "better for social and democratic coherence."

DATA AND METHODS

In the following, we will draw up the context of the two researched cases and then turn to a discussion of methods. *Nordlys* is published in the town of Tromsø, being the largest newspaper in the northern (or arctic) region of Norway. After the decline of the party press, opinion-based journalism and the facilitation of public debate became important as a means of legitimizing the institutional role of the press. Through the way it prioritizes news and through its columns, *Nordlys* has made regionalism its brand (Christensen & Tjelmeland 2002: 467ff). *Nordlys* launched its innovative online commentary platform *Nordnorsk debatt* online in 2014. The website is devoted to opinion-based content, editorial columns, and audience contributions. The site also provides an overview of which articles gain the most likes and shares on Facebook, and which ones are the most read. *Nordnorsk debatt* is run by an editorial staff of three, aided by the chief editor's columns and editorials.

Bergens Tidende is one of the oldest newspapers in Norway, published in the city of Bergen on the southwestern coast. Being the largest regional newspaper in Norway, the newsroom aims to be a distinctive journalistic voice in national debates (Mathisen & Morlandstø 2016). The paper launched its online explanatory platform *Brif* in autumn 2014. The ambition was to make political journalism during county and community elections easier to understand, especially for young readers. *Brif* articles use simple sentences, illustrations or pictures and "listicles" or other kind of strategies to simplify the messages. Three journalists run *Brif*: one covers politics, one culture and the third crime.

Our interest in these two cases grew out of a previous, larger study we conducted about opinion-based journalism in regional media, involving six regional newspapers in Norway (Mathisen & Morlandstø 2016). During this project, we were familiar with plans of implementing both *Brif* and *Nordnorsk debatt*. We found both of them interesting as innovative newsroom processes to study, well suited to address the implications for democracy of journalistic genre innovations at the regional level. The empirical data on which this article draws consists of individual semi-struct-

tured interviews with key stakeholders in these newsrooms, all of them strategically recruited in relation to their role and responsibility for *Brif* and *Nordnorsk debatt*. The interview data is comprised of six interviewees from each newsroom (including editors).

The interviews were conducted in the spring of 2015, in an early phase of both genre innovations. We also did follow-up interviews one year later. All of the interviews took place in the newsrooms of the two media businesses, and lasted about an hour each. The interviews focused on the rationale for these innovative genre projects in the newspapers, how they established and organized their work within the newsroom and what they perceive in retrospect as the most important advantages of these innovations. The interviews were recorded and transcribed. To analyze the results, we coded the interviews according to themes and analyzed the utterances in relation to their ambition of strengthening the societal mission of journalism, and to contribute to a well-functional democratic public sphere.

One might object that a study of innovation should also contain an analysis of the content of the resulting journalism. While our larger study *does* contain content analysis as well as qualitative text analysis, this article draws on the interviews only, for the purpose of answering the question of how the newsrooms use genre innovation to develop and sustain their societal role. We focus here on how genre innovation is reflected and represented in the interviews and not on the extent to which this innovation might measure up to a given definition or how successful the innovation is by any objective standard.

FINDINGS AND DISCUSSION

We now turn to a discussion of our findings. In the first section, we examine how the informants relate to the innovation process. We then discuss how the informants perceive these genre innovations in relation to the institutional role of journalism. In the last part, we discuss the tensions between commerce and ideals, before concluding.

Change as a necessity

Innovation is about change: a process that creates something new. At both *Brif* and *Nordnorsk debatt*, the interviewees describe their newsrooms as being in a state of constant change aimed at developing and improving the content of their products. In the interviews, the journalists and editors describe

their newsrooms processes with words such as *eternal process, constantly changing, unfinished, in a development phase, laboratory and hatchery* – all words describing something on the move. The editor of *Nordlys* underscored the incessantly developing character of *Nordnorsk debatt*, repeating that it was constantly being changed, that there were always elements to improve. In *Bergens Tidende*, one of the journalists described *Brif* as the means to transform into a digital media environment:

“We do come from the world of print. The way we present our stories is still characterized by our print heritage. But we have succeeded in making Brif a hatchery for how to present good and relevant journalism in the new digital media environment.”

This interviewee describes a newsroom where the professionals do have “print in their blood,” to paraphrase a *New York Times* journalist quoted by Küng (2015: 39). *Brif* has been an important tool for change, leading its journalists to experiment with new digital methods of presenting their stories. Unfulfilled plans, changes, and rearrangements are not perceived as problematic, but instead reflect the fact that the product is always a work in progress. This correlates with Singer et al.’s (2011) finding that an organization’s ability to adapt is a significant factor in a successful innovation. The newsrooms of both *Bergens Tidende* and *Nordlys* appear to be environments for change, for testing and improving, and are characterized by an adaptive attitude. Their journalists do not stand in the way of innovation and change (Ryfe 2012), nor can these two newsrooms be described as reactive or defensive (Boczkowski 2004a).

We acknowledge that our strategy of recruiting informants probably contributes to this finding. All of our informants do take part in an innovation, and contribute to developing something new in the newsroom – a task that almost inevitably will lead to a positive attitude, as it implies autonomy and creativity in work. Their colleagues in the same newsrooms, who are performing more routine work and have not been invited into this innovative process, might perceive the changes in quite a different way.

The innovation becomes a series of dynamics, mechanisms, means and changes that lead to a particular outcome (Siles and Boczkowski 2012: 193). One possible outcome might be described as internal and related to technology; making the newsroom itself more resilient in the digital age, with the genre development as a means to strengthen their digital competence. There is a high demand for technical skills in daily newsroom work (Nygren 2014: 77).

The newsroom culture in both *Bergens Tidende* and *Nordlys* might be described as pro-digital, with participants viewing digital news as an opportunity (Küng 2015: 106). Structural factors, such as technology, are important drivers for change (Steensen, 2016: 45). The innovative attitude and willingness to constantly change might also be an expression of the complex new technological infrastructure and demands; rapid technological changes make it necessary. The newsrooms fear being left behind if they fail to keep up with the pace of innovation, as competitors develop and change. At a basic level, however, this is also a struggle to stay socially relevant for the audience (Holand 2014).

Societal role and democracy

We now turn to an exploration of the implications of these the genre innovations for society and democracy. Innovations are changes that imply bringing something new into the socio-economic system, and meeting social needs (Storsul & Krumsvik 2013). In this section, we address how the journalists and editors speak of and frame the societal role of journalism according to the innovation. How do the genre innovations shed light on how the informants perceive the institutional role of journalism?

Both newsrooms told us that their innovations went beyond mere technological development. *Nordlys'* goal in launching *Nordnorsk debatt* online was twofold: to establish a new online regional public debate for the population in the Northern part of Norway, and to strengthen their role as a voice on behalf of the region. Here is the chief editor of *Nordlys*:

“Nordnorsk debatt will generate debate and reflection about Norway’s Northern region. The audience perceives that it is having a national impact, because politicians and central authorities are reading us as well.”

The columnists confirm this statement, as all of them were concerned with their regional role and their responsibility to address regional issues in the national public debate. The organization’s relationship to its geographical surroundings is a core element of this innovation: *Nordlys* aims to expand what is defined as local, to reach audiences in a larger geographical area, and to serve the national public with regional perspectives and viewpoints. Having a strong tradition as a distinct voice from the arctic region (Christensen & Tjelmeland 2002), this may not imply anything new; neither does opinion-based journalism as a genre in itself. The organization’s ambition to expand rather than narrow the genre’s scope, as well as to develop new types of columns,

represent change and newness. The new types of columns are eg. blogs, profiling the columnists, and the use of Facebook, stimulating more active in the dialogue between columnists and the readers. They are thus developing and transforming the traditional genre of opinion-based journalism (Steensen 2013: 45).

By highlighting the *regional* perspective, the newsroom is in many ways contrarian. First, as mentioned earlier, Norwegian regional newspapers have become more local than regional in recent years, especially in news journalism (Omdahl 2013, Engan 2016, Sjøvaag 2015), giving regional matters less coverage. Second, most news organizations in Norway find it more important to distribute information, than to stimulate public debate (Krumsvik 2015: 240ff). With *Nordnorsk debatt*, *Nordlys* is moving in the opposite direction of these trends: going regional and stimulating public debate. Digital technology is also changing the societal function of the genres, by offering new possibilities for interaction between the journalists and the regional audience.

While commentary journalism was a well-known genre at *Nordlys*, explanatory journalism was a rather new genre at *Bergens Tidende*, implying new and different ways of doing journalistic work. Its aim was to make political news journalism easier and more understandable for readers during coverage of the county and municipality election in 2015. As the editor told us:

“It is important that people understand. Part of our societal mission is to explain why things happen, explain why in order to give people more insight. (...) Far too much journalism is created for people who are already following a given story, which means we exclude many readers. (...). Conveying background enables people to participate in the public debate.”

Bergens Tidende is concerned with developing the new format, making the content more relevant and understandable for the audience, especially the young. Simplification is important. One of the journalists argued that the digital presentation of the journalistic content should be a focus, adopting new ways of making journalism and developing formats: “We need to take the new formats and put something significant into them.” Unlike *Nordlys*, *Bergens Tidende* did not aspire to a wider geographical scope, but did seek to reach new audiences and strengthen their relevance within their established area of coverage.

Both newsrooms aim to develop a genre. This might lead us to Schumpeter’s (1939) distinction be-

tween invention and innovation: an innovation only happens when an invention is successfully placed in the market. The genres themselves are not new inventions, but the newsrooms strive to develop old genres into new formats, suited to the digital media landscape. The digital media landscape also offers new possibilities for reaching the young audience, as young people spend far more of their media time online than with print (Engan 2016; Curran et al. 2013).

Both newsrooms place significant value on their relationships with their geographical surroundings, but their approaches differ. *Bergens Tidende* connects the origin of its genre innovation to the local election in the city of Bergen and the surrounding municipalities – in other words: to sustain their role within their established area of coverage, and to educate citizens, especially the young. *Nordlys* connect their genre innovation to broaden their area of coverage, addressing regional matters and facilitating a regional public. The genre innovations become a means to strengthen their digital competence, striving to *expand* the audiences they reach and to *sustain* their democratic relevance in the digital age.

How do these journalists perceive their societal relevance? In *Bergens Tidende*, several interviewees use the concept of *education*. The editor justifies the innovation in relation to the public role of the newspaper:

“One of our most important tasks is to raise our readers to citizens qualified to make decisions and have opinions. Being a citizen requires knowledge of societal structures. Our mission is educational.”

One of the journalists offers similar views:

“One of the core roles of the news media is to enable an educated public to participate and to stimulate debate. This requires a certain amount of background knowledge. Yet journalism often excludes citizens, because the content presupposes a foreknowledge the audience often lacks.”

Improving public relevance thus appears to be an important aspect of how *Brif* developed. All the informants of *Bergens Tidende* used the concept of education in the interviews, underscoring the goal of explaining and giving the audience insight and context as citizens. They argue that *Brif* implies experimenting with formats, making the journalistic content easier to access and understand, and thereby strengthening its societal relevance.

We found similar expressions at *Nordlys*, where the editorial staff are concerned with the societal role of opinion-based journalism, including education, width, depth, analysis and facilitating public debate. One of the columnists states:

“News reporting is volatile, quick and hurried. The audience is bombarded with news all the time. Commentary and explanatory journalism, in contrast, offer immersion.”

Another columnist is concerned with “facilitating public debate and stimulating reflection”. Still another emphasizes the audience’s need for substance, content, opinion, and analysis:

“The audience needs someone to analyze a fragmented reality and create meaning from impressions. People need help navigating.”

In this context, *Nordlys* is especially concerned with its societal role in the regional public sphere, facilitating public debate on issues involving the entire region. These also have democratic implications tied to valuing the participation of diverse voices.

As the citations above reveal, both newsrooms legitimize their genre innovations and developments in relation to the social mission of journalism. Informants in both the newsrooms perceive that contextual journalism might offer a more valuable democratic gain than breaking news. They argue that contextual work is a critical reaction against speed (Neveu 2016: 451). The editors, the journalists, and the columnists are all concerned with the institutional and democratic role of their profession (Aalberg et al. 2015), with representing a societal good (Cook 1998, Allern & Pollack 2016).

The contemporary media crisis, with its cost-cutting and downsizing, provides ample reason to worry about how the news media will be able to fulfil its societal role, and how this will affect the institution of journalism as key part of the infrastructure of democracy. Our informants argued that innovating in the contextual genres strengthens the institutional values of journalism. But a critical discussion about whether prioritizing the contextual genres really strengthens the media’s impact is called for. The rise of opinion-based journalism has been criticized as being an unacceptable replacement for fact-based and investigative reporting (Patterson 2000), and for being a “cheap” kind of journalism, compared to resource-intensive feature stories or shoe-leather reporting (McNair 2008). Contextual journalism might be easily carried out by desktop work, inside the newsroom, rather than within the community (Nygren 2014, 94),

which risks producing a journalism more distant and less relevant to citizen readers.

Such critical objections notwithstanding, contextual journalism continues to represent a core element of journalism's societal purpose, conveying knowledge, insight, reflection and analysis. Media innovation can influence society's communicative capacity, alter different social rationales (Dogruel 2013: 38), and create more than economic value (Morlandstø & Krumsvik 2014: 25). Storsul and Krumsvik (2013: 17) define social innovation as a type of innovation that meets social needs. An important outcome of the two genre innovations we are studying might accordingly be at the institutional level of journalism, concerning the democratic objective, as both education and public debate also stimulate citizenship. This goes along with Barnhurst's (2013: 220) argument of citizenship as an important aspect of innovation, and Trappel's (2015: 13) argument about making something better for people and society.

Both "church and state"

So far, we have explored an innovative attitude among the informants, addressing how the newsrooms act out their institutional role as regional news media. This attitude legitimizes the genre innovations as tools for sustaining the relevance and democratic role of regional journalism.

However, at the same time several of the informants also drew our attention to the commercial and marketing potential of the innovations. They used words and concepts such as *branding*, *building audience loyalty*, *increasing online traffic*, and *capturing new audience groups* – commercial concepts that might be more easily associated with the language of marketers than with newsroom practitioners. Our informants spoke like this to varying degrees, however, and it is remarkable how they articulated these perspectives.

The chief editor of *Nordlys* emphasized financial goals when describing *Nordnorsk debatt*: "It has an economic rationale." Indeed, *Nordnorsk debatt* was launched and developed in parallel with downsizing and cost-cutting in the newsroom.⁶ The chief editor argues that the media economy forces the newsroom to prioritize more, to discard some tasks or stories, and ensure the quality of those that remain. He describes the columns as premium or quality content, and the columnists as a brand:

"We have to profile our columnists as branded goods to a larger degree than we used to (...). Branding creates digital engagement and audience loyalty. This represents a core value of our business, but we are also com-

pelled to align with it in order to strengthen the media economy."

One of the columnists asserted that profiled columnists participating in a national debate program strengthen *Nordlys* as a brand. Another columnist mentioned the column's potential to draw digital readers and increase traffic, rather than generating direct revenue, as the innovative projects do not include advertising.

Our *Bergens Tidende* interviewees also underscore *Brif*'s marketing potential. As at *Nordlys*, the development of *Brif* is being carried out in parallel with downsizing and cutbacks at *Bergens Tidende*. One of the journalists states: "We try to recruit new digital subscribers, and to maintain the online traffic." His colleague states familiar expressions:

"In the long term, reaching the youth demographic seems to be a smart strategy. It is a mix of branding and attracting new subscribers."

By creating and launching *Nordnorsk Debatt* and *Brif*, both newsrooms aimed at journalistic as well as marketing gains. The editorial staff in both newsrooms discuss societal purpose and marketing goals in the same sentence. They interlink the economic and societal rationale for these innovations. On the one hand, they seek traditional core values of journalism, such as education and fostering public debate. At the same time, they are also concerned with branding, increasing online traffic, building audience loyalty and gaining new readers. The value of *Brif* or *Nordnorsk debatt* cannot be measured by revenue streams. They do not generate income based on advertising. Rather they might contribute to audience loyalty and the branding of the media companies. Editorial staff in both newsrooms are concerned with both the "church and state": they vaunt societal and democratic values and, in the same breath, highlight the marketing potential of the genre innovations.

This is hardly new; journalism and commerce has always been intertwined. The professional role of journalism emerged and developed in this tension between market and professional ideals (Ottosen 2015). Still, the professional ideals in journalism have been concerned with keeping the commercial considerations outside the newsroom. However, technological change has disrupted the formerly established walls between journalism and commerce (Westlund & Krumsvik 2014: 55). Studies show that Norwegian journalists are worried about commercial pressure (Ottosen 2015). On the other hand, a successful innovation requires a blend of jour-

nalistic, technological and commercial competencies (Küng 2013, 2015), as innovation is based on interactions between technological, economic, and social dimensions (Dogruel 2013: 29). Nonetheless, it appears that this blending and interaction leads to a stronger presence of commercial considerations within the newsrooms, alongside the professional journalistic considerations. Paulussen (2016: 195), however, stresses the need for an alignment and negotiation between journalism and commerce as a precondition for the innovation to be accepted within the newsroom. In both *Bergens Tidende* and *Nordlys*, the journalistic considerations are essential justifications for these genre innovations.

CONCLUSION

In this article, we have examined journalists and editors in two newsrooms, both of which display a pro-digital culture, with a willingness to change and adapt: they perceive a constant state of change as necessary to sustain their relevance—to not be left behind. Digital technology is normalized (Nygren 2014: 76) and yet the newsrooms are facing rapid technological changes. Innovation in the contextual genres becomes a means of strengthening digital competence in the newsroom, and making them better equipped to meet digital challenges in the future. As such, we might state that the innovation of genres is motivated both externally and internally (Holand 2014).

The research question elaborated in this article is how regional newsrooms in Norway use genre innovation to develop and sustain their societal role in a democratic public sphere. Both of these newsrooms conceived of their innovations as going beyond mere technological development, the informants legitimize their genre innovation by citing the institutional role of the press. They value such democratic qualities as education, context, and public debate, and view the contextual journalism as a counterpart to the more accelerated digital 24/7 news reporting. Yet

the newsrooms are concerned with “state” as well as “church.” As much as they made reference to the benefits of their work for democracy, interviewees equally emphasized the importance of branding, expanding markets, increasing traffic numbers online, and audience loyalty.

The genre innovations do have societal implications, serving citizenship and democracy and improving people’s lives by offering easier access to complex political issues (*Brif*), as well as easier access to public debate (*Nordnorsk debatt*). The genre innovations become a means to sustain the societal and institutional role of journalism, in a time when commercial pressure, rapid technological change, and new forms of communication challenge the power and role of journalism. Developing these genres might offer a key to a renewed contract with an increasingly demanding and fragmented audience (Knapskog et al. 2015): serving the citizens’ context, as a critical reaction against the acceleration of news (La Masurier 2015; Neveu 2016). In this way, it might be a way to sustain the societal and institutional relevance of local and regional media.

The tension between the commercial and societal values of journalism seems to be becoming even stronger to the extent that the commercial considerations appear to have increased purchase on newsrooms, with the language of marketing living side by side with the professional journalistic concepts. Market pressure is putting journalism under threat. Developing the contextual genres might be seen in this light as a strategy to protect the institutional values of journalism and to sustain the role of journalism in the regional public sphere.

Date de soumission de l'article : 30 mars 2017
Date d'acceptation : 14 juin 2018

NOTES

¹ In English, “The High North Debate” or public debate in the northern region.

² The name *Brif* is the same as “brief” in English and comes from briefing, which is a short explanatory orientation or explanation of a phenomenon or an event.

³ Clark’s essay was later re-published on the Poynter website and is today in use in a course at Poynter’s News University (<https://www.newsu.org>). See also Clark 2014.

⁴ <https://www.newsdeeply.com/>

⁵ Other notable examples of explanatory journalism include the New York Times’ The Upshot and the website VOX.

⁶ From 2013 to 2015, the number of employees at Nordlys fell from 52 to 37.

BIBLIOGRAPHY

- Aalberg, T., Elvestad, E., Skogerbø, E., 2015, "Demokrati og offentlighet" [Democracy and the Public], in Ihlen, Ø., Skogerbø, E., Allern, S. (Eds.), *Makt, medier og politikk: Norsk politisk kommunikasjon* [Power, Media and Politics – Norwegian Political Communication], Oslo, Universitetsforlaget, pp. 22-34.
- Aldridge, M., 2007, *Understanding the Local Media*, New York, Open University Press.
- Allern, S., Pollack, E., 2016, "Journalistik som kollektiv nytta" [Journalism as Public Good], in Människorna, medierna och marknaden. Medieutredningens forskningsantologi om en demokrati i förändring [Citizens, Media and the Market – A Democracy in Change], Stockholm, Wolters Kluwer, pp. 31-51.
- Barnhurst, K. G., 2013, "'Trust Me, I'm an Innovative Journalist,' and Other Fictions," in Peters, C., Broersma, M. (Eds.), *Rethinking Journalism: Trust and Participation in a Transformed News Landscape*, London, Routledge, pp. 221-221.
- Boczkowski, P. J., 2004a, *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*, Cambridge, MA, The MIT Press.
- Boczkowski, P. J., 2004b, "The Processes of Adopting Multimedia and Interactivity in Three Online Newsrooms," *Journal of Communication*, vol. 54, no 2, pp. 197-213.
- Christensen, P., Tjelmeland, H., 2002, *Flammende budbringer. Nordlys gjennom 50 år* [Fiery Messenger: Nordlys through 50 Years], Tromsø, Nordlys.
- Cisarová, L. W. (Eds.), 2017, *Voice of the Locality: Local Media and Local Audience*, Prague, Masaryk University.
- Clark, R. P., 2014, March 24, "A New Explanatory Journalism Can Be Built on a Strong Foundation", Poynter, <https://www.poynter.org/news/new-explanatory-journalism-can-be-built-strong-foundation>.
- Cook, T. E., 1998, *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*, Chicago, University of Chicago Press.
- Curran, J. et al., 2013, "Internet Revolution Revisited: A Comparative Study of Online News," *Media, Culture & Society*, vol. 5, no 7, pp. 880-897.
- Dogruev, L., 2013, "Opening the Black Box: The Conceptualisation of Media Innovation," in Storsul, T., Krumsvik, A. H. (Eds.), *Media Innovations: A Multidisciplinary Study of Change*, Gothenburg, Nordicom, pp. 29-43.
- Eide, M., Sjøvaag, H., Larsen, L. O., (Eds.), 2016, *Journalism Re-examined. Digital Challenges and Professional Reorientations*, Bristol/Chicago, Intellect.
- Engan, B., 2016, *Bindeledd og grensesnitt. Lokalavisen som formidler av stedlig identitet, institusjonell politikk og medborgerkultur* [Link and Interface: The Local Newspaper as Disseminator of Local Identity, Institutional Politics and Civic Culture], Doctoral Thesis, Bodø, Nord universitet.
- Esser, F., Umbricht, A., 2014, "The Evolution of Objective and Interpretative Journalism in the Western Press: Comparing Six News Systems since the 1960s," *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 91, no 2, pp. 229-249.
- Fink, K., Schudson, M., 2014, "The Rise of Contextual Journalism, 1950s-2000s," *Journalism*, vol. 15, no 1, pp. 3-20.
- Franklin, B., 2006, *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*, London, Routledge.
- Hallin, D., Mancini, P., 2009, *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge, UK, Cambridge University Press.
- Holand, A. M., 2014, "Når fornyer lokalavisa seg?" [When Do Newspapers Innovate?], in Morlandstø, L., Krumsvik, A. H. (Eds.), *Innovasjon og verdiskaping i lokale medier* [Innovation and Value Creation in Local Media], Oslo, Cappelen Damm Akademisk, pp. 50-73.
- Howells, R., 2015, *Journey to the Centre of a News Black Hole: Examining the Democratic Deficit in a Town with No Newspaper*, Doctoral Thesis, Cardiff University.
- Høst, S., 2017, *Avisåret 2016* [Newspaper Annual, 2016], Volda, Høgskulen i Volda.
- Høst, S., 2005, *Det lokale avismønsteret: dekningsområder, mangfold og konkurranse 1972-2002* [The Local Patterns of Newspapers: Catchment Area, Pluralism and Competition 1972-2002], Fredrikstad, Institutt for journalistikk.
- Knapskog, K., Iversen, M. H., Larsen, L. O., 2016, "The Future of Interpretative Journalism," in Eide, M., Sjøvaag, H., Larsen, L. O. (Eds.), *Journalism Re-examined: Digital Challenges and Professional Reorientations*, Bristol, Intellect, pp. 163-181.
- Krumsvik, A. H., 2015, "Strategier for brukerinvolvering" [Strategies of User Involvement], in Vaagan, R. V., Barland, J. (Eds.), *Entreprenørskap og ledelse i media* [Entrepreneurship and Management in Media], Oslo, Cappelen Damm Forlag, pp. 233-247.
- Küng, L., 2013, "Innovation, Technology and Organizational Change: Legacy Media's Big Challenges: An Introduction," in Storsul, T., Krumsvik, A. H. (Eds.), *Media Innovations: A Multi-disciplinary Study of Change*, Gothenburg, Nordicom, pp. 9-12.
- Küng, L., 2015, *Innovators in Digital News*, London, I.B. Tauris and Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Le Masurier, M., 2015, "What is Slow Journalism?" *Journalism Practice*, vol. 9, no 2, pp. 138-152.
- Mathisen, B. R., 2010, *Lokaljournalistikk. Blind patriotisme eller kritisk korrektiv?* [Local Journalism. Blind Patriotism or Critical Corrective?], Kristiansand, IJ-forlaget.
- Mathisen, B. R., Morlandstø, L., 2016, *Kommentaren – en sjanger i endring* [The Commentary – A Changing Genre], Oslo, Cappelen Damm Forlag.
- Mathisen, B. R., Morlandstø, L., (Eds.), 2018, *Lokale medier. Lokale medier. Samfunnsrolle, offentlighet og opinionsdanning* [Local media. Societal Role, Public Sphere and Opinionmaking], Oslo, Cappelen Damm Akademisk.
- Morlandstø, L., Krumsvik, A. H. (Eds.), 2014, *Innovasjon og verdiskaping i lokale medier* [Innovation and Value Creation in Local Media], Oslo, Cappelen Damm Akademisk.
- McNair, B., 2008, "I, Columnist," in Franklin, B. (Ed.), *Pulling Newspapers Apart: Analyzing Print Journalism*, London, Routledge.
- Neveu, E., 2016, "On Not Going Too Fast with Slow Journalism," *Journalism Practice*, vol. 10, no 4, pp. 448-460.
- Nielsen, R. K. (Ed.), 2015, *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*, London, I.B. Tauris.
- Nygren, G., 2014, "Multiskilling in the Newsroom, De-skilling or Re-skilling of Journalistic Work?" *The Journal of Media Innovation*, vol. 1 no 2, pp. 75-96.
- Ottosen, R., 2015, "Crisis or Innovation? The Norwegian Journalist between Market and Ideals in the Multimedia Era," in Maxwell, R. (Ed.), *The Routledge Companion to Labor and Media*, London, pp. 202-217.
- Paulussen, S., 2016, "Innovation in the Newsroom," in Witschge, T., et al. (Eds.), *The Sage Handbook of Digital Journalism*, London, Sage, pp. 192-207.
- Peters, C., Broersma, M. (Eds.), 2017, *Rethinking Journalism Again: Societal Role and Public Relevance in a Digital Age*, London, Routledge.
- Patterson, T., 2000, "The United States: News in a Free-Market society," in Gunther, R., Mughan, A. (Eds.), *Democracy and the Media: A Comparative Perspective*, New York, Cambridge University Press, pp. 241-266.
- Ramsay, G., Moore, M., 2016, *Monopolising Local News: Is There an Emerging Local Democratic Deficit in the UK Due to the Decline of Local Newspapers?* Center for the Study of Media, Communication and Power, Kings College, London.
- Ryfe, D. M., 2012, *Can Journalism Survive? An Inside Look at American Newsrooms*, Malden, MA, Polity Press.

- Salgado, S., Strömback, J., 2012, "Interpretive Journalism: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings," *Journalism*, vol. 13, no 2, pp. 144-161.
- Schumpeter, J., 1982 [1939], *Business Cycles: A Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process*, Philadelphia, Porcupine Press.
- Siles, I., Boczkowski, P. J., 2012, "Making Sense of the Newspaper Crisis: A Critical Assessment of Existing Research and an Agenda for Future Work," *New Media and Society*, vol. 14, no 8, pp. 1375-1394.
- Singer, J. B. et al., 2011, *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*, Oxford, Wiley-Blackwell.
- Sjøvaag, H., 2015, "The Emergence of Metropolitan News: Shifting Concepts of Localism in Norwegian Regional Newspapers," *Nordicom Review*, vol. 36, no 2, pp. 17-32.
- Skogerbø, E., Windsvold, M., 2011, "Audiences on the Move? Use and Assessment of Local Print and Online Newspapers," *European Journal of Communication*, vol. 26, no 3, pp. 214-229.
- Steensen, S., 2009, "What's Stopping Them? Towards a Grounded Theory of Innovation in Online Journalism," *Journalism Studies*, vol. 10, no 6, pp. 821-836.
- Steensen, S., 2013, "Balancing the Bias: The Need for Counter-Discursive Perspectives in Media Innovation Research," in Storsul, T., Krumsvik, A. H. (Eds.), *Media Innovations: A Multidisciplinary Study of Change*, Gothenburg, Nordicom, pp. 45-59.
- Steensen, S., 2016, "The Intimization of Journalism," in Witschge, T. et al. (Eds.), *The Sage Handbook of Digital Journalism*, London, Sage, pp. 113-128.
- Storsul T., Krumsvik, A. H. (Eds.), 2013, *Media Innovations: A Multidisciplinary Study of Change*, Gothenburg, Nordicom.
- Trappel, J., 2015, "What to Study When Studying Media and Communication Innovation? Research Design for the Digital Age," *Journal of Media Innovation*, vol. 2, no 1, pp. 7-22.
- Vaage, O. F., 2017, *Norsk mediebarometer 2016 [The Media Barometer 2016]*, Oslo, Statistisk sentralbyrå.
- Wahl-Jorgensen, K., Hanitsch, T. (Eds.), 2009, *The Handbook of Journalism Studies*, New York, Routledge.
- Waldahl, R., 2007, *Opinion og demokrati [Opinion and Democracy]*, Oslo, Universitetsforlaget.
- Williams, A., Harte, D., Turner, J., 2014, "The Value of UK Hyperlocal Community News," *Digital Journalism*, vol. 3, no 5, pp. 680-703.



Innovative Contextual Genres:

A Strategy to Sustain Regional Democratic Relevance?

Genres contextuels innovants :

Une stratégie pour maintenir une pertinence démocratique régionale ?

Gêneros contextuais inovadores:

Uma estratégia para sustentar a relevância da democracia regional?

En This paper examines regional newsrooms and how they use genre innovation to develop and sustain their societal role in the democratic public sphere. The study draws upon both innovation theory and institutional theory and is based on five semi-structured interviews conducted in each of two regional newsrooms in Norway: Nordlys and Bergens Tidende. In the European context, Norway stands out because of its characteristically decentralized press structure and high newspaper readership and circulation. Norwegian regional media, however, are not immune to the media crisis generated by rapid technological change and the ensuing need to innovate in order to sustain influence. An analysis of the regional Nordlys and Bergens Tidende reveals a pro-digital culture in which journalists and editors are well aware of the state of constant flux, and that adapting is the only way to stay relevant. Nordlys has pioneered online commentary journalism, while Bergens Tidende has advanced the explanatory journalism genre. Both might be characterized as examples of contextual journalism, which has seen a significant rise in recent years. Contextual journalism represents a core element of journalism's societal purpose—convey knowledge and analyze. This study found that genre innovations become a means to strengthen digital competence in newsrooms. Furthermore, these genre innovations are legitimized by the institutional role of the press, serving the citizenship and democracy, and strengthening the societal relevance of regional media. There seems to exist a tension between commerce and ideals, however, as interviewees emphasized both the marketing potential and the democratic value of these genres. Developing contextual genres might be seen as a strategy to protect the institutional value of journalism and sustain its role in the regional public sphere.

Keywords: Contextual journalism, explanatory journalism, opinion-based journalism, regional media, institutional role, media innovation, genre innovation

Fr Cet article examine les salles de rédaction régionales et leur utilisation des innovations de genre pour développer et pérenniser leur rôle sociétal dans la sphère publique démocratique. L'étude s'appuie à la fois sur la théorie de l'innovation et sur la théorie institutionnelle. Elle s'appuie sur cinq entretiens semi-structurés menés dans chacune des deux salles de rédaction régionales en Norvège : Nordlys et Bergens Tidende. Dans le contexte européen, la Norvège se distingue par sa structure de sa presse particulièrement décentralisée ainsi que par son lectorat et son tirage élevés. Les médias régionaux norvégiens, cependant, ne sont pas à l'abri de la crise engendrée par les changements technologiques rapides et la nécessité d'innover qui s'ensuit pour maintenir leur influence. Une analyse édition régionales de Nordlys et Bergens Tidende révèle une culture pro-numérique dans laquelle les journalistes et les rédacteurs en chef sont bien conscients de l'évolution constante de la situation et du fait que l'adaptation est le seul moyen de rester pertinent. Nordlys a été le pionnier du journalisme de commentaire en ligne, tandis que Bergens Tidende a fait progresser le genre du journalisme d'explication. Tous deux pourraient être qualifiés d'exemples de journalisme contextuel, qui a connu une augmentation

significative ces dernières années. Le journalisme contextuel représente un élément central de l'objectif sociétal du journalisme —transmettre des connaissances et analyser des informations. Cette étude révèle que les innovations de genre deviennent un moyen de renforcer les compétences numériques dans les salles de rédaction. De plus, ces innovations de genre sont légitimées par le rôle institutionnel de la presse (au service de la citoyenneté et de la démocratie), et par le renforcement de la pertinence sociétale des médias régionaux. Il semble toutefois exister une tension entre le commerce et les idéaux, les personnes interrogées soulignant à la fois le potentiel marketing et la valeur démocratique de ces genres. Le développement de genres contextuels pourrait être considéré comme une stratégie visant à protéger la valeur institutionnelle du journalisme et à maintenir son rôle dans la sphère publique régionale.

Mots-clés : Journalism contextuel, journalism d'explication, journalism d'opinion, média régional, rôle institutionnel, innovation médiatique, innovation de genre.

Pt. Este paper examina as redações regionais e como eles se utilizam de gêneros inovadores para desenvolver e sustentar o seu papel societário na esfera pública democrática. O estudo se ampara tanto na teoria da inovação como na teoria institucional, ele é baseado em duas séries de cinco entrevistas semiestruturadas conduzidas em redações regionais da Noruega: Nordlys e Bergens Tidende. No contexto europeu, a Noruega se destaca por se caracterizar por uma estrutura de imprensa descentralizada e por um alto índice de leitura e de circulação de jornais. A mídia regional norueguesa, contudo, não está imune à crise da mídia gerada pela rápida mudança tecnológica e pela conseqüente necessidade de inovar para manter sua influência. Uma análise dos veículos regionais Nordlys e Bergens Tidende revela uma cultura pró-digital na qual jornalistas e editores estão bastante cientes da situação de constante fluxo de inovações, e de que a adaptação é a única forma de se manterem relevantes. Nordlys tem se mostrado pioneiro nos comentários on-line no jornalismo, já o Bergens Tidende tem avançado no gênero do jornalismo explanatório. Ambos podem ser caracterizados como exemplos de jornalismo contextual, o qual têm visto um expressivo crescimento nos últimos anos. O jornalismo contextual representa um elemento central da proposta societária do jornalismo – transmitir e analisar o conhecimento. Este estudo observou que os gêneros inovadores se constituíram em uma forma de fortalecer a competência digital nas redações. Além disso, esses gêneros inovadores são legitimados pelo papel institucional da imprensa, servindo à cidadania e à democracia, e fortalecendo a relevância societária da mídia regional. Parece haver uma tensão entre as dimensões comercial e das ideias, contudo, as entrevistas enfatizaram tanto o potencial para o marketing como os valores democráticos desses gêneros. O desenvolvimento de gêneros contextuais parece ser visto como uma estratégia para proteger o valor institucional do jornalismo e sustentar o seu papel na esfera pública regional.

Palavras-chave: Jornalismo contextual, jornalismo explanatório, jornalismo baseado em opiniões, mídia regional, papel institucional, inovação na mídia, inovação de gênero

Los cibermedios locales e hiperlocales en España y Portugal

La fase de búsqueda de modelos

MARÍA-CRUZ NEGREIRA-REY

*Grupo de Investigación Novos Medios
Universidad de Santiago de Compostela
España
mcruz.negreirarey@gmail.com*

XOSÉ LÓPEZ-GARCÍA

*Grupo de Investigación Novos Medios
Universidad de Santiago de Compostela
España
xose.lopez.garcia@usc.es*

ANA-ISABEL RODRÍGUEZ-VÁZQUEZ

*Grupo de Investigación Estudios Audiovisuales y
colaboradora del grupo Novos Medios
Universidad de Santiago de Compostela
España
anaisabel.rodriguez.vazquez@usc.es*



En las últimas décadas, la evolución del periodismo ha ido pareja al desarrollo y popularización de internet y las nuevas TIC. En el contexto global y localmente conectado de la sociedad red (Castells, 1996), la cultura de la convergencia (Jenkins, 2008; Salaverría, García-Avilés y Masip, 2010) ha transformado la industria mediática, y las nuevas formas de comunicación social –a través de la red y los dispositivos móviles– han otorgado al conjunto de la ciudadanía el poder para la autocomunicación de masas (Castells, 2013).

En el entorno más próximo a los ciudadanos, la situación de crisis y el paulatino cierre de cabeceras de información local han sido motivo de preocupación por su posible impacto negativo en el sistema democrático (Ramsay y Moore, 2016). Sin embargo, el bajo coste para la producción y difusión informativa en internet o el cambio de comportamiento de las audiencias hacia roles más activos han impulsado la proliferación de nuevas redes de medios hiperlocales (Radcliffe, 2012), muy vinculadas a formas propias del periodismo ciudadano (Schaffer, 2007).

Se trata de un fenómeno internacional que ha sido ampliamente estudiado en Estados Unidos, donde se han localizado más de 360 medios hiper-

Pour citer cet article, to quote this article, para citar este artículo :

María-Cruz Negreira-Rey, Xosé López-García, Ana-Isabel Rodríguez-Vázquez, « Los cibermedios locales e hiperlocales en España y Portugal. La fase de búsqueda de modelos », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 7, n°2 - 2018, 15 décembre - December 15 - 15 de dezembro. URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

locales (Horning, 2012), y algunos países europeos, como Reino Unido –con más de 430 hiperlocales activos (Harte, 2013)– o los Países Bajos –donde se identifican hasta 350 (Kerkhoven y Bakker, 2014)–.

En la península ibérica estas iniciativas se multiplican y surgen con diferentes modalidades expresivas, estructuras organizativas, formas de producción y modelos de gestión. En este artículo se realiza una aproximación a la realidad de los cibermedios locales e hiperlocales en España y Portugal para observar si su desarrollo sigue las tendencias que se identifican en el crecimiento de estos medios en el marco internacional.

Los resultados que se presentan en este trabajo forman parte de una investigación más amplia, todavía en curso, realizada desde el grupo Novos Medios^{1 & 2}. En la fase inicial de la misma, desarrollada en la primera mitad del 2016, se elaboró un primer mapa de los cibermedios de proximidad de España y Portugal, cuyos medios fueron sometidos a un análisis de contenido para estudiar sus características básicas e información producida. En la fase actual de la investigación se continúa actualizando y completando el mapa, se sitúa la realidad ibérica en el contexto internacional y se analizan las formas colaborativas de producción informativa con los ciudadanos. Además, este trabajo se enmarca en el desarrollo de una tesis doctoral sobre los cibermedios locales e hiperlocales en España.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

La sociedad red (Castells, 1996) no solo ha favorecido la comunicación mundial, sino que también ha creado un nuevo escenario para la renovación de las redes de información local (Domingo y Wiard, 2016) en una sociedad glocal –entendiendo como tal una sociedad mundial y local a la vez–. La información del tercer milenio, nacida de la mano de internet y a la sombra de las tecnologías actuales en un nuevo escenario mediático (Canavilhas, 2015), lleva el envoltorio de la proximidad para atender la demanda de importantes sectores ciudadanos (Goyanes, 2015).

La investigación sobre comunicación local y de proximidad cuenta con una gran tradición en el ámbito ibérico y emerge en los últimos treinta años del siglo XX, tras la restauración democrática y el auge de los medios de proximidad. Algunas tesis doctorales (Guillamet, 1983), trabajos sobre el derecho a la información local (Bel Mallén, 1990) o estudios sobre las televisiones locales (Moragas y Prado, 1991) conforman las bases que alimentan un cuerpo teórico que se refuerza en el tercer milenio con trabajos

focalizados (Bel Mallén, 2002), estudios panorámicos en Portugal (Camponez, 2002) y España (López y Maciá, 2007) o recientes tesis sobre lo local en los medios audiovisuales (Guimerá, 2006), entre otros.

En el ámbito anglófono, la investigación sobre comunicación y periodismo local y comunitario cuenta con trabajos pasados (Atton, 2002; Byerly, 1961; Franklin, 1997; Franklin y Murphy, 1998; Harcup, 1998; Lauterer, 2000) y otros más recientes, en los que se analiza la importancia y el papel de los medios locales (Aldridge, 2007; Cole, 2006; Franklin, 2006; Harcup, 2013; Thomas, 2006), se reflejan las consecuencias de los primeros cambios en el escenario local con la llegada de internet (Chadha, 2016; Franklin, 2006; Williams, Harte y Turner, 2015), o se ofrece una panorámica de la visión de investigadores sobre la pérdida de importancia del periodismo local en los medios impresos y el crecimiento de los digitales (Nielsen, 2015).

El auge de los medios hiperlocales ha favorecido, en los últimos años, el análisis de los viejos y nuevos medios. En Estados Unidos, Jan Schaffer (2007) publicó desde el J-Lab uno de los primeros estudios en profundidad sobre este fenómeno. Kurpius, Metzgar y Rowley (2010) estudiaron sus características y modelos de negocio, para proponer más tarde una primera definición de estos medios (Metzgar, Kurpius y Rowley, 2011). En su tesis doctoral, Horning (2012) presentó un mapeo de los hiperlocales estadounidenses, sus características y formas de organización y producción. En 2016, Monica Chadha (2016) publicó un estudio sobre los profesionales de los medios hiperlocales en EEUU y la integración de los ciudadanos en este proceso.

En Reino Unido, la fundación Nesta ha publicado sucesivos informes sobre el ecosistema de los hiperlocales bajo la coordinación de Cook, Geels y Bakker (2016) y Damian Radcliffe (2012, 2015). Otros investigadores han estudiado ampliamente estos medios, profundizando en el volumen de información y contenido publicado (Harte, 2013), sostenibilidad y situación profesional de los promotores (Harte, Turner y Williams, 2016; Williams, Barnett, Harte y Townend, 2014), la producción de contenido y la colaboración ciudadana (Williams et al., 2015), así como su estudio desde una perspectiva teórica (Williams y Harte, 2016).

Esta nueva realidad también ha sido estudiada en otros países de Europa. En Bélgica, Le Cam y Domingo (2015) analizaron la relación de los medios hiperlocales con el resto de actores de poder de la comunidad y D'Heer y Paulussen (2013) estudiaron las diferencias entre el contenido producido por ciudadanos y profesionales en estos medios. En

los Países Bajos, Kerkhoven y Bakker (2014) exploraron, mapearon y estudiaron sus principales características. El panorama sueco y francés también ha sido explorado en el último informe de la fundación Nesta (Cook et al., 2016).

En España y Portugal, las primeras exploraciones y el mapeo de medios locales e hiperlocales evidencian una renovación mediática en los ámbitos de proximidad, cuyos resultados han comenzado a publicarse (Jerónimo, 2015; López-García, Negreira-Rey y Rodríguez-Vázquez, 2016; Rodrigues, 2012).

MARCO TEÓRICO

Conceptualización de los medios locales en España y Portugal

Tanto en el contexto español como en el portugués, el auge de la prensa regional y local, así como las contribuciones académicas más relevantes sobre este tema, se producen a partir de los últimos treinta años del siglo XX. Desde entonces, en ambos países se han propuesto diversas definiciones para conceptualizar el medio local. Aunque la dimensión de lo local hace referencia, generalmente, a la pertenencia o relación con un determinado lugar, la diferente división político administrativa del territorio en ambos países se refleja en los distintos matices de estas aproximaciones teóricas. Así, mientras que en España encontramos referencias a las Comunidades Autónomas, provincias, municipios o barrios, en Portugal se alude a los distritos, los municipios o las freguesias (López Palomeque, 2000). Con todo, lo local en comunicación es una dimensión que supera la territorialidad y que se compone también de elementos simbólicos e identitarios (Juárez Alonso, 2013).

En los años ochenta en España, Miquel de Moragas estableció el término ‘mesocomunicación’ (Moragas, 1985, 1988) con el objetivo de actualizar el concepto de comunicación local y otorgarle la importancia política necesaria en el contexto de la restauración democrática (Moragas, 2015). A comienzos de los noventa, el grupo EURORETV, en el que también trabajaba Moragas, acuñó el término ‘proximidad’ para el estudio de los modelos televisivos en Europa (Guimerà i Orts, 2012; Moragas, Garitaonandía y López, 1999). La expresión fue tomada del contexto francés, donde la dimensión de la *proximité* cobró relevancia política y social en un proceso de descentralización (Girod, 2003) al que también se adaptó, con una estrategia expansiva, el canal público (López, 1998). Así, en un sentido amplio, el concepto de proximidad se relacionó con la cercanía entre emisoras y receptores y se aplicó a

todas las experiencias “a pequeña y mediana escala” (Moragas, Garitaonandía y López, 1999: 19).

Por otro lado, Maciá Mercadé (1993: 177) se refiere a la ‘prensa cercana’ como aquella que incluye la “*difusión provincial, comarcal y local*” y “*abarca también las nuevas modalidades, que aparecen con fuerza, de prensa municipal, de barrio y gratuita*”. El autor presenta una tipología de medios según la localización de la sede editorial principal, el ámbito geográfico de difusión, el público objetivo al que se dirige o el contenido del medio. En función de estos aspectos, clasifica los diarios en prensa nacional, interregional, regional, interprovincial, provincial, comarcal y local (Maciá Mercadé, 1993: 46-47).

Con la llegada del tercer milenio, López García (2004; 2008) presenta una revisión y actualización conceptual de la comunicación local y del ciberperiodismo en los ámbitos de proximidad. Para el autor, en la proximidad convivirían los medios del espacio local –parroquia/barrio, municipal, comarcal e intercomarcal– y regional –regional e interregional–, junto a los medios nacionales y globales –en los que se incluirían los transnacionales, continentales e intercontinentales– (López García, 2004: 105).

En el contexto portugués encontramos, asimismo, autores que se aproximan al periodismo de proximidad y su conceptualización (Camponez, 2002), así como al desarrollo de la comunicación regional en el país (Correia, 1988). Sin embargo, es Pedro Jerónimo (2015) quien realiza el estudio más completo hasta el momento de los cibermedios regionales y locales en Portugal. El autor propone una definición de prensa local, adaptada a la realidad portuguesa y al desarrollo del ciberperiodismo, en la que se engloban todas las publicaciones periódicas de información general que dedican la mayoría de sus contenidos a acontecimientos noticiosos y que focalizan su producción informativa en territorios “*inferiores a un distrito (localidad, freguesía, municipio o un aglomerado de los territorios anteriores)*” (Jerónimo, 2015: 128).

¿Qué es un medio hiperlocal? Aportaciones desde una perspectiva internacional

El uso del término hiperlocal aplicado a los medios de comunicación tiene su origen en Estados Unidos. En los años ochenta, los operadores de televisión por cable lo emplearon para referirse al contenido televisivo local, y en los noventa para hablar de sitios web especializados en contenido ultralocalizado (Thurman, Pascal y Bradshaw, 2012). En 2004, Jeff Jarvis (2004) tituló un post en su blog *Buzz Machine* con la palabra *Hyperlocal*, en el que retrataba distintos modelos de cibermedios de proximidad.

Es precisamente en esos años, 2005 y 2006, cuando Jan Schaffer (2007) identifica la expansión de este tipo de medios.

El auge de los hiperlocales es un fenómeno reciente, lo que dificulta no solo la consolidación de modelos en la realidad, sino también la concreción de conceptos desde la academia. En Estados Unidos, Metzgar et al. (2011) propusieron una definición para los medios hiperlocales tras el estudio de sus características generales, que ha sido ampliamente aceptada por la comunidad investigadora: “*Con base geográfica, orientados a la comunidad, organizaciones nativas digitales que informan a través de noticias originales, que persiguen llenar huecos percibidos en la cobertura de un tema o región y que promueven el compromiso cívico*” (Metzgar et al., 2011: 774).

Williams y Harte (2016) defienden que esta es la definición menos restrictiva, más provisional y útil para el estudio de los hiperlocales, ya que aún los principios más básicos que de forma general siguen este tipo de iniciativas. Sin embargo, Kerkhoven y Bakker (2014) señalan que esta definición se basa en una serie de elementos que dificultan la categorización de los medios como hiperlocales, como su orientación comunitaria, el fomento de la participación ciudadana o la cobertura de ‘huecos’ informativos. Turner (2015) también matiza el concepto indicando que no siempre los hiperlocales persiguen estándares periodísticos, ya que los promotores de medios alternativos no siempre se consideran a sí mismos periodistas, y que no siempre se cubren los espacios olvidados por los medios tradicionales. Por otro lado, D’Heer y Paulussen (2013) apuntan que, al restringir los medios hiperlocales únicamente a los nativos digitales (Miel y Faris, 2008), se excluyen otras iniciativas lanzadas por medios con matriz impresa o audiovisual.

Desde la fundación Nesta, Damian Radcliffe (2012) propone una definición alternativa centrada en la limitación geográfica de las áreas en las que operan los medios hiperlocales. Para el autor, estos son “*servicios de contenidos y noticias online pertenecientes a una ciudad, pueblo, un simple código postal u otra pequeña y geográficamente definida comunidad*” (Radcliffe, 2012: 6). En un informe posterior presentado por Kantar Media (2013) se refuerza la validez de esta definición, que permite incluir los diferentes servicios y géneros de información hiperlocal que consumen los usuarios, así como los cibermedios matriciales (Cebrián Herreros, 2009) –que denominan hiperlocales tradicionales– y los sitios web y blogs independientes –llamados hiperlocales nativos digitales–.

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo general de esta investigación es realizar una aproximación a la realidad de los cibermedios locales e hiperlocales en España y Portugal para observar si su desarrollo sigue las tendencias que se identifican en la evolución de estos medios en el contexto internacional. De forma específica, se pretende localizar una serie de iniciativas mediáticas diversas, sostenibles y que ejemplifiquen la búsqueda de modelos propios de este tipo de medios, a fin de observar si se adecuan o no a la corriente internacional.

La primera fase de la investigación consiste en la revisión bibliográfica de las principales publicaciones académicas sobre el desarrollo de los cibermedios hiperlocales, así como de los informes realizados desde entidades como las fundaciones Nesta, Knight Citizen News Network o el J-Lab. Sus resultados permiten identificar una serie de tendencias que, de forma común y general, siguen este tipo de medios.

El estudio del contexto español y portugués se inicia a partir de un trabajo exploratorio previo, realizado en la primera mitad del 2016, en el que se buscó identificar la totalidad de los cibermedios de proximidad, entre ellos los locales e hiperlocales, de ambos países. La localización de los medios del mapa partió de las agendas oficiales de comunicación, directorios profesionales, mapas de medios (como el Mapa de Medios de Cataluña³, el Mapa dos Medios Galegos⁴, etc.) y otras exploraciones anteriores que se habían hecho desde el ámbito académico (Jerónimo, 2015; López-García et al., 2016). Los datos se completaron con la introducción de combinaciones tipo (medio + localidad, noticias + localidad, etc.) en los principales motores de búsqueda.

La delimitación de este objeto de estudio –y de las iniciativas incluidas en este mapa–, sigue las definiciones expuestas en el marco teórico. Así, por cibermedio entendemos “*aquel emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en la red internet*” (López García et al., 2005: 40), que además se diferencia de los medios periodísticos que no son cibermedios por su soporte digital y su periodicidad policrónica (Salaverría, 2017).

Según las conceptualizaciones de López García (2004) y Jerónimo (2015) de los medios locales en España y Portugal, entendemos que estos son los que cubren un área comarcal o municipal –en el contexto español– y municipal –para el caso por-

tugués-. Siguiendo la definición de base geográfica que propone Radcliffe (2012), se toman como medios hiperlocales aquellos que operan en áreas geográficamente pequeñas y definidas que están por debajo de lo local, que en España serían el barrio y en Portugal las *freguesías*.

Aunque el antedicho mapa está en un continuo proceso de revisión y actualización, en España se identificaron más de 2000 medios de proximidad y en Portugal más de 200. Estos fueron sometidos, también en la primera mitad del 2016, a un análisis de contenido en el que se estudió su titularidad, alcance, tema, temporalidad y finalidad económica (Salaverría, 2017). Todo ello permite una primera aproximación al objeto de estudio y la estimación de su universo para la selección de la muestra de este trabajo.

Los cibermedios locales e hiperlocales que se exponen en los resultados han sido seleccionados en enero del 2017 siguiendo el muestreo no probabilístico por conveniencia (Fernández Nogales, 2004). De este modo, se han elegido una serie de iniciativas sostenibles –con al menos cinco o más años de actividad continua–, de ambos países, que presentan algún elemento innovador que ejemplifica la fase de búsqueda de modelos en consonancia con la corriente internacional.

En este sentido, partiendo de un concepto amplio de innovación mediática (Cabrera González, 2016), la muestra de este estudio se compone de los cibermedios que presentan determinados objetos innova-

dores, categorizados por los autores De-Lara-González et al. (2015) en las áreas de producto o servicio, procesos de producción y distribución, organización y comercialización. Así, en base a las tendencias que identificamos en el contexto internacional, se seleccionan diversos cibermedios que cumplen con los elementos de creación de contenidos para distintos dispositivos, aprovechamiento del contenido generado por los usuarios, formas colaborativas de producción de contenido, diversificación de los canales de distribución, estructura organizativa y empresarial (De-Lara González et al., 2015).

RESULTADOS

Los hiperlocales y su orientación a la comunidad

La crisis de la prensa local tradicional deja espacios geográficos y temáticos sin la cobertura suficiente para satisfacer una demanda creciente por parte de los ciudadanos de información sobre lo que ocurre a diario en su entorno más próximo. La necesidad de ocupar estos *huecos* y prestar un servicio a la comunidad está detrás de la creación de muchos medios hiperlocales (Metzgar et al., 2011; Radcliffe, 2012, 2015).

La mayor parte de sus promotores no persigue objetivos empresariales, sino que a menudo buscan tener un rol más activo en su comunidad u ofrecer una visión alternativa a la de los medios tradicionales, persiguiendo fines más cívicos que financieros (Harte et al., 2016). Los hiperlocales contribuyen al

Tabla 1. Cibermedios de la muestra según el objeto de innovación.

Área de innovación	Objeto innovador	Cibermedio
Producto / Servicio	Contenidos para diferentes dispositivos	<i>Goiena</i> (ES); <i>Andalucía Información</i> (ES); <i>La Voz de Galicia</i> (ES); <i>Hoy Hiperlocales</i> (ES)
	Aprovechamiento del contenido generado por el usuario	<i>Goiena</i> (ES)
Procesos de producción y/o distribución	Forma de producir los contenidos	<i>O Corvo</i> (PT); <i>Aquí Tetuán</i> (ES)
	Diversificación de los canales	<i>Guimarães Digital</i> (PT); <i>L'Independent de Gràcia</i> (ES); <i>Graciosa Online</i> (PT); <i>La Voz de Galicia</i> (ES); <i>Andalucía Información</i> (ES); <i>Hoy hiperlocales</i> (ES)
Organización y estructura empresarial		<i>Aquí Tetuán</i> (ES); <i>L'Independent de Gràcia</i> (ES); <i>Andalucía Información</i> (ES); <i>Hoy Hiperlocales</i> (ES)

Fuente: elaboración propia.

desarrollo del área en la que operan, yendo más allá de la actividad informativa “*para tener un impacto social que afecta positivamente a las comunidades locales. Los medios hiperlocales tienen también una función emocional, ayudando a las personas a echar raíces en la comunidad y reflejar un sentido de lugar*” (Radcliffe, 2015).

El objetivo de servir a la comunidad favorece que entre las iniciativas hiperlocales y los medios regionales o locales más tradicionales pueda establecerse una relación de colaboración (Radcliffe, 2012). Mientras que el poder político suele ver los hiperlocales como medios de información poco fiables, críticos y negativos para la comunidad, a las cabeceras más tradicionales les facilitan la labor de seguimiento de la actualidad en dichos lugares. De este modo, ambos tipos de medios pueden aunar esfuerzos para la producción y difusión informativa, como ya hace la BBC, que actualmente implementa un plan de colaboración con una red de periodistas locales e hiperlocales de todo Reino Unido (BBC, 2017).

En el espacio ibérico, el papel de los medios locales e hiperlocales es muy relevante en el panorama mediático. En exploraciones anteriores se localizan más de dos mil medios de proximidad en España y más de doscientos en Portugal (López-García et al., 2016). Al igual que en otras investigaciones realizadas en el marco europeo, en un estudio sobre los medios hiperlocales gallegos (López y Negreira, 2016: 14), la mayoría de sus promotores afirman que buscan “*ofrecer una información más profunda de todo lo que ocurre en su comunidad, cubriendo espacios olvidados por otros medios con una propuesta independiente y que aporte una visión alternativa a las fuentes oficiales*”.

Producción de contenido y participación ciudadana

Entre los promotores de los medios hiperlocales se encuentran periodistas formados y experimentados, activistas de la comunidad y ciudadanos comprometidos, que no necesariamente describen su trabajo como periodistas ni siguen un estándar periodístico en sus contenidos (Radcliffe, 2015; Turner, 2015). De hecho, en Reino Unido más del 50% de los productores de información hiperlocal no tiene ningún tipo de experiencia o formación periodística (Radcliffe, 2015).

El tamaño de los equipos promotores de los hiperlocales es, a menudo, reducido, por lo que la colaboración de los miembros de la comunidad acaba siendo necesaria. Estos asumen roles propios del periodismo ciudadano y participan en la producción de

contenidos para adquirir experiencia en el ámbito de la comunicación y contribuir de forma positiva a la comunidad (Harte et al., 2016). Aunque estas contribuciones pueden derivar en una banalización de la información (Turner, 2015), resultan fiables para el resto de los usuarios del medio (Hänska-Ahy y Shapour, 2013).

En el contexto ibérico es posible encontrar medios hiperlocales impulsados y producidos completamente por los ciudadanos de una comunidad, como el madrileño *Aquí Tetuán*⁵ (Gonzalo, 2012). En otras cabeceras lanzadas por un grupo de profesionales, como el lisboeta *O Corvo*⁶, también se promueve activamente la participación de los lectores para el envío de opiniones y propuestas de contenido. El hiperlocal vasco *Goiena*⁷ canaliza la participación de los ciudadanos mediante un espacio reservado en el cibermedio para distintas comunidades de intereses, creadas para los usuarios y gestionadas por ellos mismos.

Información de servicio para el ciudadano

Los resultados de investigaciones realizadas sobre el contenido producido por los hiperlocales (D’Heer y Paulussen, 2013; Kerkhoven y Bakker, 2014; Williams et al., 2015) revelan que los temas más recurrentes son aquellos de interés para el día a día de los vecinos de la comunidad (actividades locales y culturales, política, deporte, sucesos, asuntos sociales, etc.). Aunque uno de los objetivos de estos medios suele ser dar voz a los miembros de la localidad en la que operan, se detectan carencias importantes en cuanto al número y variedad de fuentes informativas (D’Heer y Paulussen, 2013; Williams et al., 2015).

El contenido publicado por los cibermedios hiperlocales del espacio ibérico sigue la tendencia general observada en los medios de otros países. Los temas más recurrentes son el estilo de vida y las actividades de ocio, la cultura, el deporte, la economía, los sucesos, los asuntos sociales o la política (López-García et al., 2016). En estos medios también se detecta una baja presencia y variedad de fuentes informativas.

Diversidad de soportes y modelos

El medio digital suele ser el elegido por la mayoría de los medios locales e hiperlocales, debido al bajo coste de las herramientas para la producción y difusión informativa (Radcliffe, 2012), así como por las potencialidades de la web 2.0 y las redes sociales para la creación de una comunidad participativa de usuarios en torno al medio (Bingham-Hall y Law, 2015). Es por ello que Metzgar et al. (2011) conside-

raron definir los hiperlocales como nativos digitales, aunque como ya se ha expuesto en el marco teórico, esta definición deja fuera otras iniciativas que optan por combinar la web o las aplicaciones para dispositivos móviles con los soportes tradicionales del papel, la radio o la televisión.

Sean nativos digitales o cibermedios matriciales, la falta de modelos establecidos de negocio para el entorno de internet obliga a estos nuevos medios a buscar alternativas. Algunas vías de financiación posibles para los hiperlocales y nativos digitales podrían ser la publicidad, la creación de redes publicitarias independientes, el pago por contenidos, el comercio electrónico, donaciones, servicio de consultoría de redes, *media training*, la inversión de *business angels*, subvenciones de fundaciones sin ánimo de lucro, o la combinación de algunas de ellas (Cook et al., 2016; García y González, 2012; Kurpius et al., 2010; Radcliffe, 2012).

Si bien los cibermedios locales e hiperlocales pueden llegar a ser sostenibles, el tamaño limitado de sus áreas de cobertura –y por tanto también de audiencia y mercado publicitario– hace de la escalabilidad un reto necesario para su crecimiento (Kurpius, Metzgar y Rowley, 2010). La creación de redes de hiperlocales, que pueden compartir una misma empresa matriz –como el estadounidense *Patch*⁸– o constituir una asociación de medios independientes –como la que está impulsando el Centre for Community Journalism de la Universidad de Cardiff– podrían ayudar a conseguirlo.

Aunque en algunos casos los medios hiperlocales nacen únicamente con vocación de servicio y no persiguen el lucro, la falta de experiencia emprendedora o el miedo a perder la independencia dificultan la obtención de financiación (Harte et al., 2016). Así, en Reino Unido tan solo el 16,4% de los hiperlocales consigue ingresos superiores a los costes de producción (Radcliffe, 2015).

En España y Portugal encontramos iniciativas sostenibles que responden a varios de estos modelos. En cuanto a la variedad de soportes y plataformas, podemos destacar el caso de *Graciosa Online*⁹ (Fagundes Bravo, 2012) –un espacio web de información hiperlocal producida por un solo periodista que se mantiene en la web de la radiotelevisión pública portuguesa *RTP Açores*–, el también portugués *Guimarães Digital*¹⁰ –cibermedio del Grupo Santiago, del que forman parte otras cabeceras impresas y una emisora de radio–, el barcelonés *L'Independent de Gràcia*¹¹ –impulsado por una asociación cultural sin ánimo de lucro y que edita un semanario impreso– o el ya citado *Goiena* –que además de la web mantiene aplica-

ción móvil disponible para iOS y Android–. El periódico gallego *La Voz de Galicia*¹² combina trece ediciones comarcales en papel con información segmentada para los 313 municipios de la Comunidad en la web. Esta cabecera recibió además financiación del fondo Digital News Initiative de Google para innovar en periodismo hiperlocal (La Voz, 2016). Precisamente en la Comunidad española de Galicia, donde la presencia de cibermedios locales e hiperlocales es muy importante, más del 40% de los promotores dicen no perseguir fines lucrativos con sus medios y un 38% afirma que no son sostenibles (López y Negreira, 2016).

En España encontramos además redes de cibermedios locales e hiperlocales pertenecientes a grandes grupos de comunicación y que en algunos casos comparten la edición digital con el soporte impreso. Es el caso, por ejemplo, de los medios de *Andalucía Información*¹³ –pertenecientes al grupo Publicaciones del Sur S.A. y que agrupa todas las cabeceras locales e hiperlocales de los periódicos *Viva e Información*, manteniendo edición web, impresa y app móvil–, o la red *Hoy Hiperlocales*¹⁴ –que agrupa 31 cabeceras hiperlocales impulsadas por el *Diario Hoy*, perteneciente al grupo Vocento S.A., y que también combina web, papel y aplicación móvil–.

En el espacio ibérico se localizan también redes de medios de proximidad, que se asocian para perseguir objetivos comunes. En España se encuentran *Tokikom*¹⁵, que agrupa más de 60 medios locales del País Vasco, la *Associació Catalana de la Premsa Comarcal (ACPC)*¹⁶, que aglutina 132 cabeceras comarcales y locales de Cataluña, o la *Asociación de Emisoras Municipales y Ciudadanas de Andalucía de Radio y Televisión (EMARTV)*¹⁷, que integra los medios de más de 100 municipios andaluces, 90 emisoras de radio y 17 televisiones. Por otro lado, en Portugal está la *Associação Portuguesa de Radiodifusão (APR)*¹⁸, que acoge las emisoras regionales y locales del país, o el *Portal de Imprensa Regional*¹⁹, impulsado por el Gobierno portugués para visibilizar la realidad de la prensa regional y local, aunque formalmente no es una asociación ni una red de medios.

CONCLUSIÓN

La comunicación en los ámbitos de proximidad ha sufrido una profunda transformación en los últimos años con el auge de los cibermedios locales e hiperlocales. Este fenómeno, experimentado a nivel internacional, trae consigo nuevas formas organizativas, productivas y de gestión, que renuevan los

modelos tradicionales para ofrecer a los ciudadanos información útil sobre y desde su comunidad.

La revisión de las investigaciones realizadas hasta el momento sobre esta realidad nos deja claras algunas tendencias comunes en este tipo de medios: una vocación de servicio a la comunidad que pretende construir una alternativa a la información local de las cabeceras tradicionales; la participación activa de los ciudadanos como colaboradores productores de contenido o incluso promotores del medio; la recurrencia temática sobre las actividades cotidianas de la comunidad; la no necesaria experiencia o formación periodística del equipo; las dificultades para alcanzar la sostenibilidad económica y el ánimo no lucrativo de muchas iniciativas; así como la diversidad en cuanto a soportes, plataformas, propiedad o modelos de negocio de los hiperlocales.

Las exploraciones realizadas sobre la realidad española y portuguesa evidencian la proliferación de

este tipo de cibermedios en los últimos años y nos permiten localizar iniciativas que, además de sostenibles, ejemplifican buena parte de las tendencias identificadas en otros países. Esta primera aproximación a los cibermedios locales e hiperlocales de España y Portugal revela la fase actual de búsqueda de nuevos modelos mediáticos y periodísticos desde la proximidad. Al amparo de la red surgen iniciativas impulsadas por periodistas y ciudadanos que, bien de forma independiente, integradas en un grupo editorial o asociadas con otros medios, ofrecen una información alternativa a los miembros de pequeñas áreas geográficas, contribuyendo a la creación y fortalecimiento de sus comunidades. Hacer de estos cibermedios iniciativas rentables, viables y sostenibles parece el reto prioritario de un nuevo ecosistema mediático que es cada vez más local.

Date de soumission de l'article : 30 mars 2017

Date d'acceptation : 14 juin 2018

NOTAS

¹ El texto de esta comunicación está elaborado en el marco del proyecto "Usos y preferencias informativas en el nuevo mapa de medios en España: modelos de periodismo para dispositivos móviles" (Referencia: CSO2015-64662-C44-R), del Ministerio de Economía y Competitividad. Este proyecto está cofinanciado por el fondo estructural FEDER. El trabajo también se elabora en el marco del programa de actividades de la Red XESCOM (REDES 2016 GI-1641 XESCOM), de la Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria de la Xunta de Galicia, con referencia ED341D R2016/019.

² El estudio específico para este trabajo parte de una investigación más amplia sobre los cibermedios locales e hiperlocales en España y Portugal, de la cual parte de sus resultados han sido anteriormente publicados (López-García, Negreira-Rey, Rodríguez-Vázquez, 2016).

³ <http://labcompública.info/es/innovacion/mapa-de-medios-de-cataluna/>

⁴ <https://mediamapa.gal/>

⁵ <http://www.tetuanmadrid.com/>

⁶ <http://ocorvo.pt/estrutura/>

⁷ <http://goiena.eus/komunitatea/taldeak>

⁸ <http://patch.com/>

⁹ <http://www.rtp.pt/acores/graciosa-online>

¹⁰ <http://www.guimaraesdigital.com/>

¹¹ <http://independent.cat/nova/>

¹² <http://www.lavozdeg Galicia.es/>

¹³ <http://andaluciainformacion.es/>

¹⁴ <http://hoyextremadura.es/>

¹⁵ <http://tokikom.eus/>

¹⁶ <http://www.premsacomarcal.cat/>

¹⁷ <http://www.emartv.es/>

¹⁸ <http://www.apradiodifusao.pt/index.php>

¹⁹ <http://www.imprensaregional.com.pt/portal/>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldridge, M., 2007, *Understanding the Local Media*, New York, McGraw-Hill Education.
- Atton, C., 2002, *Alternative Media*, London, Sage.
- "BBC and the News Media Association Move Forward with Major Licence Fee Investment into Local Journalism Sector", 2 feb. 2017, BBC Media Centre, <http://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2017/bbc-news-media-association-partnership>.
- Bel Mallén, J. I., 1990, *El derecho a la información local*, Madrid, Editorial Ciencia 3 Distribución.
- Bel Mallén, J. I., 2002, *La información local en la Comunidad Autónoma de Madrid*, Madrid, Fundación de la Comunicación Social.
- Bingham-Hall, J., Law, S., 2015, "Connected or Informed? Local Twitter Networking in a London Neighbourhood", *Big Data & Society*, vol. 2, no 2.
- Byerly, K. R., 1961, *Community Journalism*, Philadelphia, Chilton.
- Cabrera González, M. A., 2016, "La innovación: Concepto y taxonomización", en Sábada Chalezquer, C., García Avilés, J. A., Martínez-Costa, M. P. (Eds.), *Innovación y desarrollo de los cibermedios en España*, Navarra, Ediciones Universidad de Navarra, pp. 23-30.
- Camponez, C., 2002, *Jornalismo de proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional*, Coimbra, Minerva.
- Canavilhas, J., 2015, "Nuevos medios, nuevo ecosistema", *El Profesional de la Información*, vol. 24, no 1, pp. 357-362.
- Castells, M., 1996, *The Information Age: Economy, Society and Culture*, vol. 1: *The Rise of the Network Society*, Oxford, Blackwell Publishers.
- Castells, M., 2013, "El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global", en *C@mbio*, España, pp. 127-148, BBVA, <https://www.bbvaopenmind.com/libro/cambio-19-ensayos-fundamentales-sobre-como-internet-esta-cambiando-nuestras-vidas/>.
- Cebrián Herreros, M., 2009, "Comunicación interactiva en los cibermedios", *Comunicar*, vol. 33, no 18, pp. 15-24.
- Chadha, M., 2016, "The Neighborhood Hyperlocal: New Kid on the Block or a Chip Off the Old One?" *Digital Journalism*, vol. 4, no 6, pp. 743-763.
- Cole, P., 2006, "Local Journalism, Education and Training", en Franklin, B. (Ed.), *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*, London, Routledge.
- Cook, C., Geels, K., Bakker, P., 2016, *Hyperlocal Revenues in The UK and Europe*, Reino Unido, Nesta.
- Correia, J. C., 1988, *Jornalismo e Espaço Público*, Covilhã, Universidade da Beira Interior.
- D'heer, E., Paulussen, S., 2013, "The Use of Citizen Journalism for Hyperlocal News Production", *Recherches en Communication*, vol. 39, pp. 151-164.
- De-Lara-González, A., Árias-Robles, F., Carvajal-Prieto, M., García-Avilés, J. A., 2015, "Ranking de innovación periodística 2014 en España. Selección y análisis de 25 iniciativas", *El profesional de la información*, vol. 24, no 3, pp. 235-245.
- Domingo, D., Wiard, V., 2016, "News Networks", en Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., Hermida, A. (Eds.), *The SAGE Handbook of Digital Journalism*, Londres, SAGE, pp. 397-409.
- Fagundes Bravo, F. B., 2012, *O jornalismo hiperlocal na era digital. O contributo e papel do blogue Graciosa Online para a RTP*, Dissertação de mestrado, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Madrid, ESIC Editorial.
- Fernández Nogales, A., 2004, *Investigación y técnicas de mercado*, Madrid, ESIC Editorial.
- Franklin, B., 1997, *Newszak and News Media*, London, Arnold.
- Franklin, B., Murphy, D. (Eds.), 1998, *Making the Local News: Local Journalism in Context*, London, Routledge.
- Franklin, B. (Ed.), 2006, *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*, London, Routledge.
- García Avilés, J. A., González Esteban, J. L., 2012, "Cibermedios nativos digitales españoles: explorando modelos de rentabilidad", *Trípodos*, no 30.
- Girod, A., 2003, "Territoires, proximité et espace public", *Études de Communication*, no 26.
- Gonzalo, P., 22 oct. 2012, "Aquí Tetuán: 'un aglutinador de iniciativas ciudadanas' desde Madrid", *Periodismo Ciudadano*, <http://www.periodismociudadano.com/2012/10/22/aqui-tetuan-un-aglutinador-de-iniciativas-ciudadanas-desde-madrid/>.
- Goyanes, M., 2015, "The Value of Proximity: Examining the Willingness to Pay for Online Local News", *International Journal of Communication*, vol. 9, pp. 1505-1522.
- Guillamet, J., 1983, *La premsa comarcal: un model català de periodisme popular*, Barcelona, Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.
- Guimerà i Orts, J. A., 2006, *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions (1976-2006)*, Tesis doctoral, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, <http://www.tdx.cat/handle/10803/4192>.
- Guimerà i Orts, J. A., 2012, "La conceptualizació de l'objecte d'estudi en la recerca sobre comunicació local a Catalunya (1981-2006): de mesocomunicació a mitjans de proximitat", *Trípodos*, no 30, pp. 111-123.
- Hänska-Ahy, M. T., Shapour, R., 2013, "Who's Reporting the Protests? Converging Practices of Citizen Journalists and Two BBC World Service Newsrooms, from Iran's Election Protests to the Arab uprisings", *Journalism Studies*, vol. 14, no 1, pp. 29-45.
- Harcup, T., 1998, "There Is No Alternative: The Demise of the Alternative Local Newspaper", en Franklin, B., Murphy, D. (Eds.), *Making the Local News: Local Journalism in Context*, London, Routledge, pp. 105-116.
- Harcup, T., 2013, *Alternative Journalism, Alternative Voices*, London, Routledge.
- Harte, D., 2013, "One Every Two Minutes: Assessing the Scale of Hyperlocal", *Jomec Journal*, vol. 1, no 3.
- Harte, D., Turner, J., Williams, A., 2016, *Discourses of Enterprise in Hyperlocal News in the UK*, *Journalism Practice*, vol. 10, no 2, pp. 233-250.

- Horning, M. A., 2012, In Search of Hyperlocal News: An Examination of the Organizational, Technological and Economic Forces That Shape 21st Century Approaches to Independent Online Journalism, Dissertation in Mass Communications, PhD, The Pennsylvania University, The Graduate School, College of Communications.
- Jarvis, J., 2004, "Hyperlocal", Buzz Machine, <http://buzz-machine.com/2004/02/23/hyperlocal-im-proud-of-what/>.
- Jenkins, H., 2008, *Convergence Culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.
- Jerónimo, P., 2015, *Ciberjornalismo de proximidade. Redações, jornalistas e notícias online*, Portugal, Covilhã, Editora LabCom.IFP.
- Juárez Alonso, G., 2013, "Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial", *Revista Líder*, vol. 23, pp. 9-28.
- Kantar Media, 2013, *UK Demand for Hyperlocal Media. Research Report*, <http://www.nesta.org.uk/publications/uk-demand-hyperlocal-media>.
- Kerkhoven, M., Bakker, P., 2014, "The Hyperlocal in Practice: Innovation, Creativity and Diversity", *Digital Journalism*, vol. 2, no 3, pp. 296-309.
- Kurpius, D., Metzgar, E., Rowley, K., 2010, "Sustaining Hyperlocal Media. In Search of Funding Models", *Journalism Studies*, vol. 11, no 3, pp. 359-376.
- La Voz, 17 nov. 2016, "Google impulsa un proyecto de La Voz para innovar en periodismo local", *La Voz de Galicia*, <http://www.lavozdegalicia.es/noticia/tecnologia/2016/11/17/google-impulsa-proyecto-voz-innovar-periodismo-local/00031479368482401861689.htm>.
- Lauterer, J., 2000, *Community Journalism. The Personal Approach*, Iowa, Iowa State University Press.
- Le Cam, F., Domingo, D., 2015, "The Plurality of Journalistic Identities in Local Controversies", en Nielsen, R. K. (Ed.), *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*, Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- López, B., 1998, "Televisión de proximidad y culturas minoritarias: complejidades de una relación", *Comunicación y cultura*, Comunicación presentada en el congreso Comunicación y Cultura, Santiago de Compostela, Consello da Cultura.
- López García, X., 2004, *Desafíos de la comunicación local: guía para la práctica de la información en los ámbitos de proximidad*, Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- López García, X., 2008, *Ciberperiodismo en la proximidad*, Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- López García, X., Limia, M., Isasi, A., Pereira, X., Gago, M., Calvo, R., Orihuela, J., 2005, "Tipología de los cibermedios", en Salaverría, R. (Ed.), *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*, Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pp. 39-82.
- López García, X., Maciá Mercadé, J., 2007, *Periodismo de proximidad*, Madrid, Editorial Síntesis.
- López García, X., Negreira Rey, M. C., 2016, "La multiplicación de los cibermedios hiperlocales y su papel en el ecosistema comunicativo. El caso de Galicia", *Libro de Comunicaciones del V Congreso Iberoamericano de Comunicación "Comunicación, Cultura y Cooperación"*, <http://www.ae-ic.org/ponencias/home.asp>.
- López-García, X., Negreira-Rey, M. C., Rodríguez-Vázquez, A. I., 2016, "Cibermedios hiperlocales ibéricos: el nacimiento de una nueva red de proximidad", *Cuadernos. info*, no 39, pp. 225-240.
- López Palomeque, F., 2000, *Geografía de Europa*, Barcelona, Ariel.
- Maciá Mercadé, J., 1993, *La comunicación regional y local: dinámica de la estructura de la información en la España de las autonomías*, Madrid, Ciencia 3, D.L.
- Metzgar, E., Kurpius, D., Rowley, K., 2011, "Defining Hyperlocal Media: Proposing a Framework for Discussion", *New Media & Society*, vol. 13, no 5, pp. 772-787.
- Miel, P., Faris, R., 2008, *News and Information as Digital Media Come of Age*, Cambridge, MA, Berkman Center for Internet & Society.
- Moragas, M., 1985, "Interpretació político-teòrica de la noció de meso-comunicació", *Primeras Jornades sobre Meso-comunicació a Catalunya*, Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Moragas, M., 1988, *Espais de comunicació. Experiències i perspectives a Catalunya*, Barcelona, Edicions 62.
- Moragas, M., 2015, "La comunicación de proximidad 30 años después", en Nerekan Umaran, A., Casado del Río, M. Á., Zallo Elgezabal, R., Miguel de Bustos, J. C. (Eds.), *Comunicación de proximidad: cada vez más lejos. Marco, experiencias y regulación*, Bilbao, Universidad del País Vasco, pp. 21-38.
- Moragas, M., Garitaonandía, C., López, B., 1999, *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Moragas, M., Prado, E., 1991, *Televisión locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana*, Barcelona, Col·legi de Periodistes de Catalunya.
- Nielsen, R. K. (Ed.), 2015, *Local Journalism. The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*, Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Radcliffe, D., 2012, *Here and Now: UK Hyperlocal Media Today*, Reino Unido, Nesta.
- Radcliffe, D., 2015, *Where Are We Now? UK Hyperlocal Media and Community Journalism in 2015*, Reino Unido, Nesta, Centre for Community Journalism, Cardiff University.
- Ramsay, G., Moore, M., 2016, *Monopolising Local News. Is There an Emerging Local Democratic Deficit in the UK Due to the Decline of Local Newspapers?* Reino Unido, Centre for the Study of Media, Communication and Power, King's College London.
- Rodrigues, C., 2012, "Jornalismo hiperlocal: sucessos e fracassos da informação de proximidade", en Correia, J. C. (Ed.), *Ágora Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades*, Portugal, Covilhã, Livros LabCom, pp. 189-201.

- Salaverría, R., García-Avilés, J. A., Masip, P., 2010, "Concepto de convergencia periodística", en López, X., Pereira, X. (Eds.), *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España*, Santiago de Compostela, Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, pp. 41-64.
- Salaverría, R., 2017, "Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación", *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 8, no 1, pp. 19-32.
- Schaffer, J., 2007, *Citizen Media: Fad Or the Future of News? The Rise and Prospects of Hyperlocal Journalism*, J-Lab, The Institute for Interactive Journalism, <http://www.j-lab.org/publications/citizen-media/>.
- Thomas, J., 2006, "The Regional and Local Media in Wales", en Franklin, B. (Ed.), *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*, London, Routledge.
- Thurman, N., Pascal, J. C., Bradshaw, P., 2012, "Can Big Media Do 'Big Society'? A Critical Case Study of Commercial, Convergent Hyperlocal News", *International Journal of Media and Cultural Politics*, vol. 8, no 2-3.
- Turner, J., 2015, "Good Dog, Bad Dog: Exploring Audience Uses and Attitudes to Hyperlocal Community News Media through the Prism of Banal Pet Stories", *Anthropological Notebooks*, vol. 21, no 3, pp. 39-50.
- Williams, A., Harte, D., Turner, J., 2015, "The Value of UK Hyperlocal Community News: Findings from a Content Analysis, an Online Survey and Interviews with Producers", *Digital Journalism*, vol. 3, no 5, pp. 1-24.
- Williams, A., Barnett, S., Harte, D., Townend, J., 2014, *The State of Hyperlocal Community News in the UK: Findings from a Survey of Practitioners*, Cardiff, Cardiff University, <https://hyperlocalsurvey.files.wordpress.com/2014/07/hyperlocal-community-news-in-the-uk-2014.pdf>.
- Williams, A., Harte, D., 2016, "Hyperlocal News", en Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., Hermida, A. (Eds.), *The SAGE Handbook of Digital Journalism*, Londres, SAGE, pp. 280-293.



Online Local and Hyper-Local Media in Spain and Portugal:
In Search of Models

Médias en ligne locaux et hyper-locaux en Espagne et au Portugal:
en recherche de modèles

Os cibermeios locais e hiperlocais na Espanha e em Portugal:
a fase de busca de modelos

Los cibermedios locales e hiperlocales en España y Portugal:
la fase de búsqueda de modelos

Es La comunicación en los ámbitos de proximidad ha sufrido una profunda transformación en los últimos años con el auge de los cibermedios locales e hiperlocales. Este fenómeno, experimentado a nivel internacional, trae consigo nuevas formas organizativas, productivas y de gestión, que renuevan los modelos tradicionales para ofrecer a los ciudadanos información útil sobre y desde su comunidad. En la península ibérica las iniciativas se multiplican con diferentes formatos, estructuras organizativas, nuevas formas de producción y de gestión que buscan la sostenibilidad del modelo. En este artículo nos aproximamos a la realidad de los cibermedios locales e hiperlocales de España y Portugal, partiendo de una definición adaptada al contexto sociopolítico y mediático de cada país. La investigación se basa en un estudio exploratorio previo en el que se identifican más de dos mil cibermedios de proximidad activos en España y 200 en Portugal. Esta exploración permite seleccionar una serie de iniciativas con más de cinco años de trayectoria y que presentan algún elemento innovador en cuanto a producto, producción y distribución, organización y estructura empresarial. El análisis de estos medios permite observar si su desarrollo sigue las tendencias que se identifican a nivel internacional. Los resultados muestran una serie de iniciativas que, además de sostenibles, ejemplifican buena parte de estas características: una vocación de servicio a la comunidad que pretende construir una alternativa a la información local de las cabeceras tradicionales; la participación activa de los ciudadanos como colaboradores productores de contenido o incluso promotores del medio; la recurrencia temática sobre las actividades cotidianas de la comunidad; la no necesaria experiencia o formación periodística del equipo; las dificultades para alcanzar la sostenibilidad económica y el ánimo no lucrativo de muchas iniciativas; así como la diversidad en cuanto a soportes, plataformas, propiedad o modelos de negocio de los hiperlocales.

Palabras clave: Cibermedios locales, cibermedios hiperlocales, España, Portugal, periodismo

En Regional news has undergone a profound transformation over the last years with the emergence of online local and hyper-local media. This worldwide phenomenon has generated methods of organization, production and management that reshape traditional models, providing citizens with local news sourced directly from the community. This paper analyzes the reality of local and hyper-local media in Spain and Portugal taking into account their unique socio-political and mediatic contexts. It is based on an existing exploratory study of over 2000 Spanish and 200 Portuguese online regional media outlets over five years and offers examples of a number of innovative initiatives in business organization and structure, and products, production methods and distribution. Results show that a number of successful initiatives were undertaken that followed international trends: a commitment of service to the community as an alternative to traditional local news media; soliciting the active collaboration of citizens for content production and promotion; the thematic importance of daily community activity; a lack of journalistic experience and formal training of participants; uncertain economic durability and non-profit nature of many initiatives; and a wide diversity in types of supports, platforms, characteristics and economic models of these hyper-local media.

Keywords: Online local media, online hyper-local media, Spain, Portugal, journalism

Fr. La communication de proximité a connu une profonde transformation au cours des dernières années avec l'émergence des médias locaux et hyper-locaux en ligne. Ce phénomène, connu à l'échelle mondiale, apporte de nouvelles méthodes d'organisation, de production et de gestion qui renouvèlent les modèles traditionnels d'offre d'information utile aux citoyens au sujet et en provenance de leur communauté. Dans cet article, nous analysons la réalité des médias locaux et hyper-locaux en Espagne et au Portugal, sur la base d'une définition adaptée au contexte sociopolitique et médiatique de chaque pays. La recherche est basée sur une étude exploratoire précédente dans laquelle plus de 2000 médias en ligne de proximité actifs en Espagne et 200 au Portugal ont été identifiés. Cette exploration permet de sélectionner une série d'initiatives, de plus de cinq ans d'expérience, qui présentent des éléments innovants en termes de produit, de production et de distribution, d'organisation et de structure d'entreprise. L'analyse de ces médias permet d'observer si leur développement suit les tendances identifiées au niveau international. Les résultats montrent une série d'initiatives durables qui illustrent plusieurs de ces tendances: une vocation de service à la communauté qui vise à construire une alternative aux médias traditionnels d'informations locales ; la participation active des citoyens en tant que collaborateurs qui produisent du contenu ou même que promoteurs du média; l'importance thématique des activités quotidiennes de la communauté; l'absence d'expérience ou de formation journalistique de l'équipe; les difficultés à assurer la durabilité économique et l'esprit non lucratif de nombreuses initiatives; ainsi que la diversité en termes de supports, de plateformes, de propriétés ou de modèles économiques de ces médias hyper-locaux.

Mots-clés : Médias locaux en ligne, médias hyper-locaux en ligne, Espagne, Portugal, journalisme

Pt. A comunicação nos âmbitos de proximidade sofreu uma profunda transformação nos últimos anos com o auge dos cibermeios locais e hiperlocais. Este fenômeno, experimentado a nível internacional, traz consigo novas formas organizativas, produtivas e de gestão, que renovam os modelos tradicionais para oferecer aos cidadãos informação útil sobre e desde a sua comunidade. Neste artigo abordamos a realidade dos cibermeios locais e hiperlocais na Espanha e em Portugal, com base em uma definição adaptada ao contexto sociopolítico e midiático de cada país. A pesquisa é baseada em um estudo exploratório anterior, no qual são identificados mais de dois mil cibermeios de proximidade ativos na Espanha e 200 em Portugal. Esta exploração permite selecionar uma série de iniciativas com mais de cinco anos de experiência e que apresentam algum elemento inovador em termos de produto, produção e distribuição, organização e estrutura de negócios. A análise destes meios permite observar se o seu desenvolvimento segue as tendências que são identificadas a nível internacional. Os resultados mostram uma série de iniciativas que, além de sustentáveis, exemplificam boa parte dessas tendências: uma vocação de serviço à comunidade que visa construir uma alternativa à informação local dos meios tradicionais; a participação ativa dos cidadãos como colaboradores que produzem conteúdo ou até mesmo promotores do meio; a recorrência temática sobre as atividades cotidianas da comunidade; a experiência não necessária ou a formação jornalística da equipe; as dificuldades em alcançar a sustentabilidade econômica e o espírito sem fins lucrativos de muitas iniciativas; bem como a diversidade em termos de suportes, plataformas, propriedades ou modelos de negócio dos meios hiperlocais.

Palavras-Chave: Cibermeios locais, cibermeios hiperlocais, Espanha, Portugal, jornalismo

Participation in Local Journalism

Assessing Two Approaches through Access, Dialogue and Deliberation

Laura Ahva
COMET
University of Tampere
Finland
laura.ahva@staff.uta.fi

Victor Wiard
ReSIC
Université libre de Bruxelles
& Vrije Universiteit Brussels
Belgium
vwiard@ulb.ac.be



Participatory journalism refers to a variety of discourses and practices implicating the active role of audiences and citizens in news production and dissemination processes (Borger *et al.*, 2103; Carpentier, 2015; Domingo *et al.*, 2008; Paulussen *et al.*, 2007; Wall, 2017). Participation is not a new concept (*e.g.*, Pateman, 1970) and a citizen participation tradition already existed within the mass media framework (Christians *et al.*, 2009: 25). Notions such as community journalism (Reader and Hatcher, 2012) and public journalism (Haas, 2007) can be seen as predecessors of digital participatory journalism. The notion has, however, gained more popularity as well as new layers of meaning over the past decade, especially due to possibilities offered by digitalization (Kreiss & Brennen, 2016).

The research community has been eager to study the democratizing possibilities that participatory journalism offers (Borger *et al.*, 2013). For example, recent social and political shifts have sparked intensified debates over how participation is connected to the issues of trust and credibility, and its potential positive effects on democracy (*e.g.*, Peters & Broersma, 2012). On the one hand, participatory journalism thus appears as a democratizing possibility. On the other, questions regarding the unprofessional, uncontrollable

Pour citer cet article, to quote this article, para citar este artigo :

Laura Ahva, Victor Wiard, « Participation in Local Journalism. Assessing Two Approaches through Access, Dialogue and Deliberation », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 7, n°2 - 2018, 15 décembre - December 15 - 15 de dezembro.
URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

UNDERSTANDING PARTICIPATION
IN THE LOCAL CONTEXT

and unruly nature of citizen participation seem to draw limits to this potential (e.g., Lewis 2012). In this regard, some scholars have indicated that participation, especially in the digital context, has become framed as an overly individualized project, as opposed to journalism's aim to represent and engage collectivities (Peters & Witschge, 2015; Kreiss & Brennen, 2016).

In this situation, the context of local communities appears as a fruitful ground for assessing participatory journalism and its democratic potential, both online and offline. At the local level, participation tends to be either linked to professional journalism where citizens are invited to engage with news institutions; or to grassroots projects, where citizens create initiatives or become part of one, allowing them to produce news themselves. Local traditional newspapers are often seen as being naturally close to citizens, allowing them to engage in geographically limited and thematically precise public issues and fostering community integration, and the emerging online hyperlocal news sites have been seen as potential saviors for the declining news industry and its loosened citizen engagement (Nielsen, 2015; Metzgar *et al.*, 2011).

However, studies also reveal that the local context with its strong community orientation is not a guarantee for far-reaching democratizing effects. For example, Ahva (2010) has shown how the offline public journalism approaches of local and regional newspapers remained limited due to their project-like or personified natures, and Williams *et al.* (2014) have indicated that even if the online hyperlocal sites have covered local politics and problems, sourcing has remained limited to local officials, much like in the traditional news outlets. Both approaches thus have their advantages and drawbacks. In this article, we will therefore summarize recent evidence from previous studies on the successes and shortcomings of local participation, but we also point out that empirical analyses often have little to say about the normative justification of participation. Hence, we try to elaborate this shortcoming by adding to empirical evidence of local participatory journalism, and clarifying the normative and conceptual basis for such journalism. In other words, we examine and assess, side by side, two very different approaches: a young online-first network of citizen hyperlocal sites in Brussels, Belgium (Dewey) and a ten-year-old public journalism style free newspaper in Stockholm, Sweden (*Södra Sidan*). We break down the notion of participation into elements of access, dialogue and deliberation to be able to analyze and assess – in the spirit of journalism criticism – the democratic potential of the two approaches.

Participation encompasses a variety of activities ranging from access to platforms, and from formulating opinions to producing content (Bailey, Cammaerts & Carpentier, 2008: 12-15). It has generated a wide array of research stemming from different traditions within journalism studies. As noted, the local – and recently especially the hyperlocal – context has drawn plenty of attention from the research community. From this literature, we have identified four main perspectives from which participation in the local context has been examined.

First, we can identify studies that have analyzed the style of *coverage* that participatory approaches in local journalism have produced. A study on a Flemish regional newspaper, for instance, revealed that while hard news remained the realm of professional journalists, soft news had been appropriated by citizens, who used their personal interest and knowledge to create soft news content (Paulussen & D'Heer, 2013). Borger *et al.* (2016) confirmed this trend when analyzing a diversity of participatory initiatives in the Netherlands. Their content analysis showed that local participatory projects have a tendency towards soft news topics that rely on personal experience and first-hand witnessing (Borger *et al.*, 2016: 16). Another study from the same country indicated that a collaborative regional media project resulted in an increased number of community-related themes in the coverage, but not necessarily in radically different styles of coverage in terms of sourcing or positioning the local people (Hermans *et al.*, 2014).

Another perspective has focused on understanding the *producers and users* of local participatory journalism. Earlier on, the focus seemed to be on the attitudes of journalists (Lewis *et al.*, 2010), but it has become more typical to examine the motivations and roles that are provided for citizens in local journalism. For example, Canter (2013) identifies citizens' participatory positions in the context of a local newspaper in the UK as source, resource or collaborator. This concurs with what Peters and Witschge state: the intensity of citizens' participation may vary from minimal to maximal (2015). In France, so called "*pure players*"¹ have a certain "*participatory logic*", trying to spark and mediate public debates through comment chains and on social media. Participation of local audiences is influenced not only by geographical proximity but also by sociological similarities of audience members, such as their high cultural capital or their personal interests (Bousquet, Marty & Smyrniaios, 2015).

A third perspective focuses on the *sustainability* of participatory approaches in local journalism and examines whether it is possible to produce stability and economic success (Harte *et al.*, 2017). Hess and Waller (2017) summarize that not all local approaches have proven successful, but the local context holds promises because there are “*niche*” markets for authentically local news that is important for people but not widely available. However, they also argue that local platforms are not necessarily built to make big profits (2017: 200-201). However, hindrances encountered during participatory projects (and the end of many of them) highlight the difficulties of setting up lasting processes. In their study of 123 hyperlocal news websites, van Kerkhoven and Bakker conclude that “*hyperlocal news websites are both promising and vulnerable*” (2014: 12).

The fourth perspective widens the focus by studying *local news ecosystems*. Recent studies have emphasized how what ends up being *the news* is often the result of a collective process involving a variety of journalistic and non-journalistic actors (Anderson, 2013). Firmstone and Coleman focused on the ecosystem of news production in Leeds (2014; 2015) and noticed that even though a variety of actors (politicians, local media, citizen journalists, communities) interact within a dynamic ecosystem, the inertia of institutions (may they be political or journalistic) pushes citizen journalism to the margins (Firmstone & Coleman, 2015). Furthermore, Domingo and Le Cam have demonstrated how actors negotiate the local news narrative by *playing with* and *inside* journalism, but mainstream media still acts as an obligatory point of passage for whoever wants to control the narrative (Domingo & Le Cam, 2015; Le Cam & Domingo, 2015).

These perspectives are insightful in providing knowledge about the content, actors, business models and the interaction between non-institutional and institutional players in local journalism. However, they do not provide much guidance in how to assess participation in normative terms. Kreiss and Brennen (2016) indicate that participation has become one of the main normative arguments in journalism studies in the digital age (along with deinstitutionalization, innovation and entrepreneurship), but scholars are not always explicit about their normative viewpoints. Normative concepts may thus be inspirational as they provide a language for critique, but the critique should not be done in a manner that is merely one-sidedly embracing the notions or leaving their normativity hidden (Kreiss and Brennen, 2016: 300-310). Here, we will aim to take on the challenge of combining empirical investigation with normative critique. To do this, we propose a theoretical framework that combines normativity with insights that

challenge the idea that participation in the journalistic context would always be about democracy.

ANALYTICAL MODEL OF ACCESS,
DIALOGUE AND DELIBERATION

While searching for non-journalistic vocabulary for journalism criticism, Heikkilä and Kunelius (1998) coined a three-step framework for evaluating the democratic potential of journalism through the notions of access, dialogue and deliberation. When their article was written in the 1990s, the notion of *participatory journalism* did not yet exist. At that moment, the authors were more interested in questioning “*the monopoly of journalists to define the vocabulary with which journalism can and should be evaluated*” (Heikkilä & Kunelius, 1998: 81). Their article was thus not intended as an analytical model of participatory journalism, but it did, however, point out to the then emerging notion of participation in its conclusion:

“The challenge for journalism is not only to think about, who can participate, but also about, what sort of situations are created for participation.” (Heikkilä & Kunelius, 1998: 82)

It is exactly this latter question that holds analytical potential. The situations that journalism creates for participation could be zoomed into by breaking down the concept of participation into the elements of access, dialogue and deliberation. This can help in identifying the participatory situations and assessing whether they are democracy-supporting or not. In a later piece by Ahva, Heikkilä and Kunelius (2015), the analytical power of the three elements was discussed in the context of digital journalism. It was concluded that even if the three concepts derive from the mass media era, they can still be used to analyze the democratic potential of journalism in the networked environment that may appear as *deceptively flat* and *open*.

To be able to critically examine the kinds of participatory situations that are created in local journalism, we will nuance the original trio of access, dialogue and deliberation with more recent models and findings (Carpentier 2015; Ahva 2017). This means that we will also consider, *what* people become part of when they participate in journalism (cf. Carpentier 2011; 2015). For example, Ahva (2017) identified five different domains to which citizens’ participation was oriented to in three different outlets. Their participatory activities were oriented to (1) public life or politics, but also (2) journalistic content produc-

tion, (3) communities that run the publications, (4) cultural side-projects and production such as film, literature and theatre and (5) career possibilities beyond the outlets they worked with. This means that when citizens were participating in journalism they became part of five domains: (1) the public sphere, (2) journalistic work process, (3) organizations or communities, (4) cultural field, as well as (5) working life. The three first ones were the most prevalent domains, and hence they are integrated below into the discussion of access, dialogue and deliberation.

Access. Heikkilä and Kunelius (1998) argue that access is a concept that fits well into the vocabulary of both professional journalists and theorists of democracy. In the academic accounts on participation and journalism, access also appears as the concept that is most agreed upon (cf. Domingo *et al.*, 2008; Carpentier, 2015). The idea is that participatory practices should first provide access for citizens *to get in*, to gain presence or visibility in journalism (Ahva *et al.*, 2015; Carpentier, 2015; Domingo *et al.*, 2008; Peters & Witschge, 2015). The question of access is about paying attention to and recognizing citizens as public actors. Hence, access can help in identifying *how* open the gates really are for citizens in journalism (Singer *et al.*, 2011).

The idea of gaining access can be further elaborated in terms of *where* is it exactly that journalism provides access to (see Table 1). Here we can separate the possibilities of access to the *community of practice* (Wenger, 1998) that coordinates publication, from gaining access into the *content production process*. The former refers to the idea of gaining a type of membership in a group, be it a project team, newsroom organization or a loose network. The latter, in turn, refers to gaining an entry into how stories are offered, selected and taken into production. Lastly, access to the *public sphere* refers to the idea that citizens do not merely get engaged because they are interested in becoming members of a community or producing stories, but because they have an interest in bringing forth (neglected/marginal) issues that should be reflected upon in the public sphere and hence seek recognition for them. In this type of access, citizens can become recognized as part of society through the opportunities that the media offers for public self-representation (Carpentier, 2011: 67).

Dialogue. After gaining access, possibilities of dialogue emerge. The process of dialogue can bring many benefits to democratic life: orientation toward constructive communication, dispelling of stereotypes, honesty in relaying ideas, and the intention to listen to and understand the other (McCoy & Scully, 2002: 117). We can ask how journalism is able to help in creating and sustaining the qualities listed

above by producing exchange (instead of merely providing information). In journalism, dialogue can be seen as a reciprocal method of representing social realities as well as including citizens in extensive consultation before or after the stories are made (Heikkilä & Kunelius, 1998; Ahva *et al.*, 2015; Peters & Witschge, 2015). Lewis *et al.* (2014) argue that reciprocity is a key component in the creation of trust, connectedness and social capital and that journalism, especially community journalism, should and could focus more on enabling forms of participation that mutually benefit all the involved actors. Carpentier (2015), too, refers to the role of media in producing socio-communicative relations, even if he uses the notion of *interaction* instead of dialogue². The role of journalism here is to act as a facilitator that helps different perspectives meet each other – instead of the perspectives evading or destructively confronting each other.

Again, we see it useful to recognize that this reciprocal exchange may happen in various domains (see Table 1). First, it is featured in the domain of *communities of practice* in which people act together thus creating a sense of shared purpose and belonging. Dialogue can also be present in journalistic *content production*, in reciprocal news-making practices that are based on both, speaking and listening (Ananny, 2014: 364-365) and thus facilitate possibilities for social interaction. Lastly, dialogue in the *public sphere* refers to public exchange of viewpoints as represented in the journalistic texts or featured in the comment sections related to the articles. This exchange can then result in (re)formulation of the issues that require public attention.

Deliberation. The concept of deliberation shifts our attention to efficacy and whether it is possible to make a difference with participation (McCoy & Scully, 2002: 118; Ahva *et al.*, 2015). A deliberative process allows participants to reflect upon their views, and in this reasoning process they might be able to produce something that they could not work out on their own (Barber, 1984; Heikkilä & Kunelius, 1998). In terms of journalism criticism this means that with this concept we can assess *whether* and *to what degree* journalism is acting as a catalyst not only for reflection and exchange, but also action and change, so that citizens are involved in the process and play a role in the formation of public opinion and decision-making (Heikkilä & Kunelius, 1998: 71). Carpentier (2015) refers to this third step with the notion of participation itself, but we suggest that participation is the *outcome* of the three steps. However, Carpentier's (2015: 9, 16) point about *co-deciding* as an integral part of participation, should be noted here: we see that deliberation that builds

on dialogue, is one possible way to co-decide and share power.

To be able to use deliberation as an analytical category, we need to consider, again, the various domains (Table 1). First, we can identify deliberation among people in the *communities of practice*: in this domain, participants can have an impact on how the communities are run. As a result, trust and sense of joint purpose may result (McCoy & Scully, 2002: 122). Second, the step of deliberation over *content production* is important in that it allows participants to influence what is ultimately considered as journalism or news. Lastly, deliberation can be assessed in relation to *public sphere*. Here we can ask, whether participatory journalism plays any role in how the detected issues are dealt with and solved in public.

In Table 1, we have summarized the discussion above. We propose the table as a matrix model of analyzing and assessing the democratic potential of participatory journalism. This combination also provides a methodological toolkit.

RESEARCH QUESTIONS

Through the notions of access, dialogue and deliberation we wish to know more about the participatory situations created in the two distinctive case studies, hence asking:

(RQ1) What are the specificities of participatory practices of two different local outlets regarding access, dialogue and deliberation?

By thinking through the results with the three domains in mind, we want to assess the entire breadth of participation in these approaches:

(RQ2) What do the two cases tell us about the potentials and limitations of the diverse forms that participation in local journalism adopts?

Two cases of local participatory journalism

The two case studies are (1) a citizen-based online initiative in Brussels, Belgium, the *Dewey* project³, and (2) a professionally-produced print publication in Stockholm, Sweden, *Södra Sidan*. They represent different approaches to participatory journalism in terms of their main publishing platforms (print vs. online), organization (professional vs. citizen) and funding basis (for-profit and advertising based vs. non-profit and volunteer based). However, they also feature similarities. Firstly, on top of print, *Södra Sidan* has a website and social media presence (even if not very active), and one of the journalists publishes an independent online neighborhood site as a side-project; and two online *Dewey* outlets also publish paper versions of their articles, one as quarterly magazines and other as leaflets shared in public venues. Secondly, both operate in urban, capital city areas and cover four different municipalities, making them hybrids between the regional, local and hyperlocal levels. Lastly, they share a philosophy of participation.

Dewey is a non-profit that was launched by a handful of citizen of the municipality of Schaerbeek in Brussels in 2014. The project focused at first on facilitating the production of citizen news for a website and a quarterly hyperlocal print publication⁴ in one municipality, but later on grew with demands from individuals from other districts of Brussels. Currently, *Dewey* is a network of four hyperlocal and participatory online news platforms: *Ezelstad*, *What for*, *Dazibao* and *Pixels*⁵. The four projects are of different size: the number of active contributors varies

Table 1: Matrix model of analyzing participatory journalism.

Participatory step Domain	Access (How to get in?)	Dialogue (How to produce exchange?)	Deliberation (How to make a difference?)
Community of practice	Getting entrance into the project or organization that runs the publication	Building of reciprocal relationships and a sense of belonging with community members	Making a difference in how the community or the project is run, finding joint goals
Content production process	Gaining an entry into offering, selecting and producing stories	Exercising news gathering and presentation practices that facilitate interaction	Influencing decisions over content and eventually also what is considered as news
Public sphere	Gaining recognition as an active agent and participant in public issues	Engaging in public exchange of views that results in issue formulation	Having an impact on how problems are solved via public reasoning and pressure

from 1 to 10 and over time in each hyperlocal, as some participants only contribute to the project occasionally. The rhythms and styles of the outlets also differ, as does the number of viewers (between a few dozen and a few hundred, and controversial items reaching up to 10 000 single users' views on rare occasions). The websites are, however, united through the discussions between the founders, through a common aesthetics for all the websites, and a common editorial policy. *Dewey* describes itself as producing local, plural and practical information in a manner of citizen, hyperlocal and constructive journalism. The participants are often involved in other local projects as well, and usually belong to at least one of the three categories: (1) they have close ties to journalism but are not full-time employees (photographers, free-lancers, researchers), (2) they are very active within the local communities (promoting local gardens, alternative means of transportation, or fighting against private housing projects), or (3) they have a high cultural capital (students, local artists, etc.). Having said this, it is clear that the four hyperlocal groups have yet to build wider community bases, including citizens from all walks of life.

Södra Sidan (The Southern Side)⁶ is a local free newspaper for the southern suburbs of Stockholm in Sweden. The paper comes out in print (and in pdf-form online) once a week and it has home delivery. The paper was established in 2006 as a counter-move to another local newspaper, which many felt ignored the possibilities for public debate and problem-solving (Beckman, 2011). The participatory ideals of the American-based public journalism movement (Haas, 2007) have been an integral part of *Södra Sidan*'s philosophy from the start. This means that the paper wishes to engage its readers in its journalistic process with the aim to make the local public sphere more diverse and open for people to act as citizens. The newsroom, for example, organizes so called reader panels to invite people to discuss current events to base its coverage on these conversations. The southern suburbs in Stockholm have a relatively high number of residents with immigrant background and they have been regarded to suffer either from inattention or excessive negative attention by the mainstream media (Beckman, 2011: 33). Therefore, *Södra Sidan* aims to represent local neighborhood life and its diversity fairly in terms of ethnicity, gender and age. The paper is a fully advertisement-funded initiative and from 2011 onwards partly owned by a large newspaper chain. The editorial team consists of five to seven people and the team features full-timers, part-timers and freelancers. Citizen collaboration is carried out with various groups, but the newsroom appears to be especially well connected with local associations, sports clubs, youth and cultural centers as well as schools.

Materials and methods

The primary material for this research is composed of observations and interviews. At *Södra Sidan*, a seven day-long period allowed the observation of daily news work and interactions between journalists and citizens. A total of 11 in-depth interviews were conducted with 12 interviewees: five with journalists, one with the editor in chief and six with citizens that had participated in a reader panel of the newspaper. At *Dewey*, active participant-observation has been taking place for the last two years, with one of us actually launching one of the hyperlocals. Even though the observation period was longer, it was more sporadic and closely intertwined with active participation. A series of 11 interviews were conducted⁷: three with project leaders and eight with participants. Altogether, the material presents limitations in that it originally stems from two different research projects, and features two different languages (Swedish and French). Nonetheless, the material provides a diversified yet comparable material of 22 interviews in total, along with observation and the use of published content to verify and enrich data. All excerpts presented in the analysis have been translated by the authors from Swedish and French to English. The interviewees are anonymized but coded with numbers to separate them from one another (e.g. D1= interviewee 1 from *Dewey*, S2 = interviewee 2 from *Södra Sidan*).

The analysis of the data followed a theory-driven qualitative analysis. We created the matrix model for analysis of the data with nine specific categories (see Table 1, above). Interviews as well as notes were carefully read and coded into nine categories. For linguistic and practical reasons, each of us coded their own interviews, even if we met regularly during the analysis to specify the categories and to make sure they held the same meanings. Once all quotes from all interviewees and observations were placed in the matrix, we summarized our findings by searching for meaningful thickenings as well as contradictions in the data. Discussing and comparing results across the three steps, the three levels, and the two operations, allowed us to analyze the data in a systematic manner.

RESULTS

Access

Dewey. Our findings indicate that access is a key component of the *Dewey* project as it is in fact a key element of the project's editorial policy, jointly developed by the four hyperlocals. The homepages of the various websites⁸ state that *Dewey* aims at

building “plural information” which is not news “that emanates of only one group or one authority, but news that starts with locals and allows different social groups to communicate”. According to this philosophy, access to the project is open and facilitated by the leaders of each hyperlocal. As a central principle, all meetings are open. Citizens are invited to participate in the project through events (disseminated by mailing lists, paper leaflets and on social media), websites calls and informal conversations. However, this observation has to be counterbalanced with the fact that the four initiatives are still modest in terms of public recognition, therefore not all potential participants even know about the projects. Furthermore, as noted above, the project has so far mainly been able to attract the attention of certain kinds of actors (active citizens, often with high cultural capital or ties to professional journalism).

In terms of content production process, access is also made as easy as possible. The four hyperlocals use WordPress as a content management system and try to make the platform accessible by providing tutorials and advice. However, many users perceive difficulties and are often afraid to use the system. The obstacles are bypassed by sending texts directly via email or social media messaging to leaders who then edit and format the news pieces. This is also how participants who are less interested in writing themselves, can still send content to be formatted and published by others. The participants appreciate the way access into the production process is assisted:

“It is all very free and informal. At that moment [after a first face to face conversation] he [a project leader] added me to the mailing list of the writers’ group to discuss, to see how they handled the content tool [WordPress] and the codes to access the platform.” (D7)

Informal training thus plays a role in accessing the production process at Dewey. Access to content production processes is also guaranteed by organizing meetings and by collectively correcting and editing the articles, often on GoogleDocs. Dewey has also offered access into the projects through various other activities, mainly workshops and events, which allows members to step in. This resonates with the idea that participation can in some cases also occur beyond journalism and *spill out* to various side projects according to individual interests (Ahva, 2017). Therefore, building group cohesion and dividing tasks play a big role, as stated by a project leader:

“Personally, I take the lead [at deciding topics and starting articles] more at the moment, and the project always needs me to get things

going. However, [another participant of the project] is always there with me for the logistics and practicalities. And then [other participant] has a big talent to go and talk to people we don’t know: without her we would be lost during our investigations. And then [other participant] takes care of the drawings.” (D3)

Finally, participants of Dewey have taken an interest in public issues through the project. More than just for themselves, they try to be the voice of local individuals and groups. For example, one participant (D10), stated how a hyperlocal had helped in “relaying the voice of these people to a larger audience” in a case of citizen gardening project.

Södra Sidan. Gaining an entrance into *Södra Sidan* as a news-producing organization is more limited than at Dewey due to the fact that the professional team is not reliant on citizens on a day-to-day basis. Therefore, access to *Södra Sidan*’s community is sustained in a more symbolic vein, for example through the use of accessible language in the stories and the use of local people in photos so that readers feel included. Furthermore, “every time you interview people, you also tie them to the paper” expressed a journalist (S6).

However, more concrete means to get into the organization are sometimes opened, and here the main method consists of organizing reader panels. This refers to a practice in which the newspaper invites citizens – either directly via emails and phone calls, or openly via ads in the paper – to join a panel of 8–12 people to discuss various issues in the newsroom or in other local venues. It is very typical that panelists are sought from among individuals who have had previous engagement with the newspaper. The editor in chief noted how sensitive the recruitment process is for these panels and he experienced the pressure to be able to gather together a representative panel of “regular people” from the region.

Results at *Södra Sidan* differ from Dewey in terms of access to production processes, because the possibilities to produce citizen content are more limited. The paper does invite locals to write reader letters, blog posts or columns, but the interviewed panel members were not invited to contribute content, rather to offer the journalists themes they would want to see covered (youth, criminality and schools were mentioned, for example) and material for stories. However, not all topics were taken into account, showing how professional control acted as a gatekeeping force. In this case, access to the process was more restricted and structured. Nevertheless, gaining access into the panel had made it very concrete for one of the

participants how the newspaper sustains the local public sphere:

“When you actually get a chance to, how do I express this, to get in within the local newspaper, you actually understand how important their work is and that actually they are doing it for a purpose. – It actually, it is also a good, not marketing, but a good way to promote the community to actually develop.” (S11)

Access to the public sphere was also recognized by a female panel member who had spent the past years at home caring for two children as a possibility to “become part of society” (S9). And another member expressed how he felt that with his public appearance he could show readers that a “guy like me” (S10, student with immigrant background) can appear in the paper so that his peers might also feel represented.

Dialogue

Södra Sidan. Whereas access appears as the key dimension of the participatory process in *Dewey*, in *Södra Sidan* it is dialogue. Dialogue was vividly apparent in all the identified three domains. One of the journalists noted in an interview that “it is kind of impossible to do public journalism without talking with people.” (S4)

Dialogue in the news making process was closely interlinked with dialogue in the *Södra Sidan*’s extended community of practice, between journalists and citizens. However, for participants, citizen-to-citizen dialogue was the single most motivating and rewarding aspect in the reader panel experience. The talks were described as pleasant, surprising, diverse and lively, and facilitation was appreciated. The well-guided and dialogic panel conversations were valued even by one of the most critical panelists, who criticized access in that his topics were not taken up, but valued guided dialogue. Many mentioned that the meetings challenged their prejudices about other residents, and one expressed how the talks had made her “feel important” (S11). The panel debates showed the diversity of opinions and helped to find issue formulations, to get to the “ground problems” (S9).

On top of panels, other production practices at *Södra Sidan* can also be described as dialogic. Journalists underlined that much more than in other newsrooms they had worked for, at *Södra Sidan* they were expected to do reporting “out in the field” in order to meet people in person. For instance, a reporter described how his assignment was to interview a local Facebook group activist and he decid-

ed to meet him outdoors, at the local market place, which led to an unplanned, dialogic group interview of locals who joined in. In addition, in the newsroom, the editor often guided his staff to “listen carefully” to people to get to the bottom of their views.

Dialogue in the public domain was, nevertheless, strongly shaped by journalists’ actions, and not those of citizens, whose impact was limited to the early stages of the production processes. However, this approach allowed journalists to guide the public discussion “beyond primal reactions”, as summarized by the editor-in-chief, and create dialogue in the public domain. For example, in a story concerning the possible establishment of an asylum seekers’ reception center, the journalists positioned a variety of actors, such as the police, residents, asylum seekers, local politicians and officials, in a dialogic relationship.

Dewey. At *Dewey*, dialogue at the community of practice level happens at meetings and parties, public events and other random encounters, as well as online via Facebook and emails. These interactions allow participants to get to know each other but also discuss what the project should cover and how. Individuals can also find ideas for story topics and discuss each other’s work. This indicates that community dialogue feeds into the production process. This is especially clear in that the writing and editing process can be reciprocal:

“Every time someone writes an article he can submit it for revision. We have a Facebook page for “contributors”. If you have time to read, you can revise it. It depends on who as well, but [project leader] always submits his articles and you can comment it, directly on the website. Others use Google Docs and then [same project leader] puts in on the website.” (D9)

The *Dewey* project therefore fosters dialogue in content production process in that a lot of talk focuses on what the articles should look like. These interactions result in original pieces and styles of coverage, such as 20 pages long one-on-one interview, a gender-neutral interview, poems or interactive maps. Dialogue is thus good for internal group cohesion and creativity, but it can also slow down production processes to the point that some hyperlocals have very few published stories:

“I continuously try to have a high percentage of friendly moments and not to jump into “doing”, to have fun and spend a nice evening. I don’t care that we are going to spend 20 % of the time talking about [one of the hyperlo-

cal] and 80 % of the time doing something else, it is ok. I realize that it is even necessary.” (D3)

The main problem of this dialogical nature of community building and content creation is that a lot of energy and time is invested in discussions and reflections at the expense of action, which has even made some individuals leave *Dewey* – a paradoxical result, considering the access-focused aim of the project. Added to the youth of *Dewey* as a project and its lack of experience and resources, dialogue at the level of community and production process seems to prevent the project from generating active dialogue in the local public sphere, even if it is a goal of the project in itself.

Deliberation

Dewey. The dialogic nature of *Dewey* in the domains of community and content production feeds into how participants can have an impact over the project’s course of action. Hence deliberation is most present in these domains, too. Participants are able to influence the goals that are set as well as the types of stories that get published. This, in the end, opens up a way to have an impact on what is regarded as news. This is visible when individuals vote or give their consent over certain decisions in the meetings:

“We have organized a workshop at [a local café]. It was a workshop to reflect on the topics, it was very nice, it allowed us to see what everyone deemed important. We applied the principles of collective mediation to find topics that gathered consensus.” (D7)

However, sometimes leaders of the hyperlocals take decisions by themselves for practical and time-sensitive reasons, thus sidelining the more shared decision-making process. Furthermore, decision-making regarding content production often takes a rather inactive form of silent consent during meetings or on GoogleDocs platform when comments are merely accepted by the original writer without further reflection. This points out that beyond topic selection, *Dewey* is facing challenges in stimulating deliberation and thus sharing power over the news production process.

Hence *Dewey* also remains as a rather modest facilitator of local public deliberation. The published texts do give the participants as well “*real people*” (D6) featured in the stories a public voice in locally relevant public issues, and occasional reactions of local politicians and community leaders, mainly on social media, indicate a certain level of public recog-

niton. But otherwise, we found little evidence that the hyperlocals have a significant impact on local public deliberation.

Södra Sidan. At *Södra Sidan*, the newspaper is seen as an active agent in public deliberation and problem-solving. The description on the newspaper’s Facebook page states: “*It is important for us to be rooted in people’s stories, to facilitate meetings across different social barriers and to focus on solutions.*” The philosophy of public journalism (Haas, 2007) at *Södra Sidan* has been developed towards a solution-oriented direction. This means that the dialogic approach of positioning various voices in a reciprocal relationship is not considered enough – the ultimate aim is to reach, through deliberation, possible solutions to collectively recognized issues.

Journalists see that they “*constantly have a focus on solutions*” (S2). In addition, the willingness to find solutions to the community’s problems was given as a motivation by a couple of the panelists to attend the panel, and there were others who expressed an undefined idea to “*have an impact*” (S9). In other words, the deliberative and solution-seeking ethos in the domain of public sphere is strong in *Södra Sidan*’s approach, even if the actual impact of this approach is more difficult to evaluate. Some of the panelists expressed that their participation had an impact on how they engaged in online and offline discussions with their peers after the stories were published, but there were more mentions on how little, in the end, their participation affected their surroundings.

If you compare *Södra Sidan* to *Dewey*, citizens there do not have as direct an impact to influence the way how the organization is run. Nevertheless, the deliberative dimension of *Södra Sidan*’s organization becomes apparent through the willingness of the newsroom staff to take citizens’ suggestions seriously. Suggestions are very seldom ignored: a phone call from a citizen typically results either in a promise by a journalist to check the issue for a potential story, or in an invitation for the citizen to write a letter or a column on the topic.

In the domain of content production, deliberation is apparent at *Södra Sidan* in that citizens are taken along as public deliberators on the pages of the newspaper. This is especially the case in a story type called “*På torget*”⁹, which is described as a “*deliberative news feature*” (Beckman, 2011) and highlighted as the site in which local people get to do “*public reasoning*” (S2) as “*active creators of local community*” (S1). In the process of making “*På torget*”-stories, deliberation with sources may result in changing the story theme or viewpoint altogether.

er. However, the journalists also noted that as the newspaper has grown, professionalized and secured its place in the local news market, the deliberative news features (as well as reader panel stories) have given way to more traditional, day-to-day news coverage. The early years of the paper can, in some sense, be regarded as more deliberative than the later years.

DISCUSSION

It comes with no surprise that our analysis paints a different picture of participation in the two projects. While *Dewey* proposes a direct bottom-up approach to participation with citizens filling the structural holes of Brussels' complex news ecosystem, *Södra Sidan* has developed a more structured approach to participation in local journalism, where professional journalists facilitate citizen based public discussion in Stockholm.

In the analysis, we combined and operationalized three steps of participation (access, dialogue and deliberation) to three domains that are opened for participation (community of practice, content production and public sphere) for the study of local news practices. This enabled us to highlight the differences and similarities between the approaches (RQ1, see Table 2). Both of the initiatives have integrated elements of access, dialogue and deliberation in their participatory practices, but *Södra Sidan*'s focus is more on the dialogic aspects of participation whereas access seems to be the strong suit of *Dewey*. Both of them have an ethos of deliberation,

but at *Dewey* the deliberative moments are unrulier and limited the domains of community and production process, whereas *Södra Sidan*'s deliberation is focused on creating public discourse that is solution-oriented and constructive, but controlled.

This research also set out to critically assess the aforementioned participatory practices of both operations (RQ2). From this perspective, we can summarize that *Dewey* has been successful in building participatory steps especially in the domain of production. This approach consists of a collection of small but concrete news-making practices and co-deciding situations, and as a result, provides the possibility to have an impact on the content that is published. However, due to the fact that such a process is typically slow and the websites are still young and depend on volunteers, *Dewey*'s impact on local public sphere remains limited. It seems that the participants' energy is directed at keeping the production process running – at the expense of public impact. *Södra Sidan*, in turn, is strong in providing participatory steps to local citizens into the public sphere: deliberative news practices and the philosophy of the approach are clear for journalists and embraced by citizens, which provides opportunities to impact local issue definition. Nevertheless, this approach also involves a risk that citizen participation takes symbolic rather than active forms and results in the publishing of traditional news with the occasional dash of public journalism.

Södra Sidan would benefit from increased transparency in terms of access: explicating why not all topic suggestions can be accepted or why certain

Table 2: Summary of the findings.

	<i>Dewey</i>	<i>Södra Sidan</i>
Access	Access is a key dimension and pertains to <i>all of the domains</i> , but it is strongest in the <i>production process</i> . A philosophy of openness frames the projects, and <i>Dewey</i> is proactively providing access to citizens.	Access at <i>Södra Sidan</i> is more structured, symbolic and restricted. Most apparent access is in terms of becoming part of the discussions in the local <i>public sphere</i> , which offers a sense of being acknowledged and represented.
Dialogue	Dialogic practices are featured especially in the editorial <i>communities</i> and during the <i>production process</i> (agenda setting, writing and editing), but this exchange slows down the pace of production and limits the role of <i>Dewey</i> as a facilitator of dialogue within the local <i>public sphere</i> .	Dialogue is featured in <i>all of the three domains</i> . Most clearly it is apparent in the reader panel meetings, where participants discuss and journalists act as facilitators and listeners. Dialogue is thus strongest at the early stages of the <i>production process</i> but controlled by journalists.
Deliberation	Deliberative methods are used in the decision-making regarding the <i>production process</i> (e.g. publishing decisions), but can sometimes take the form of silent consent, which gives a bigger role to project leaders. There are few indications of deliberation at the public sphere level.	The paper has a deliberative and solution-oriented philosophy of sustaining constructive discussions about local issues in the <i>public sphere</i> . This impacts production practices, such as deliberative story types, where citizens get to publicly propose solutions, but their possibilities to co-decide over organizational goals are limited.

(groups of) people are more actively invited along than others. There would also be possibilities to widen access through online channels that are there, but not utilized in full. Reader panel stories could then be followed by open but facilitated online dialogue and deliberation to complement face-to-face exchange and enhance public impact. This would require the newsroom to invest in online moderation, but as indicated by the reactions from the face-to-face meetings, facilitation is appreciated by citizens.

Dewey could clearly benefit from dialogue-based approaches in collecting local views and reaching out to a more diverse public than before. Moreover, even if Dewey has been able to initiate creative forms of coverage and presentation through open access and lively exchange, it could benefit from more systematized production practices allowing for more published content and sustainability. The case of *Södra Sidan* points out, however, that as participatory initiatives grow and stabilize, the time-consuming participatory methods are often taken over by more streamlined and traditional ones. Nevertheless, linking lively dialogues with efficient deliberative decision-making could prove to be time and energy-saving, since spare time and volunteers' energy are the two main fuels of Dewey.

One of the challenges of this research was to build a framework capable of analyzing two very different approaches to participation in a normative fashion. The analysis indicated how both of the publications have been able to embody components from access, dialogue and deliberation into their daily news work, to turn participatory ideals into practices through repetition. However, the analysis also

indicated that the three concepts continue to pose a challenge for participatory newsrooms: access, dialogue and deliberation are demanding notions and not easily attained. Hence, they remain relevant as critical check-points. Furthermore, identifying the different domains that citizens become part of when they participate in journalism, helped to acknowledge the pluralistic nature of participation in empirical terms. News outlets are often strong in eliciting participation in some of the domains, but seldom in all of them.

The diversity of participatory approaches should also encourage researchers to critically assess this plurality with concepts that are not only suitable for professional ideologies typical for legacy media, but would also resonate with the aspirations in which young ventures and very local endeavors embody citizen participation. In the same move, future research could also benefit from stepping into action itself; if researchers would assume active roles in society, and critically reflect on their own normativity as well as that of the journalists', there would be a possibility to overcome some of the frustrations that come with research on participation (Calabrese et al., 2015; Domingo & Wiard, 2016). This would allow journalists and researchers to truly *become a part of* and *able to write on*, the public and its problems.

Date de soumission de l'article : 30 mars 2017

Date d'acceptation : 14 juin 2018

NOTES

¹The term "pure player" is used (in English) by French speakers to describe web-native news outlets.

²The differences may be connected to the fact that Carpentier draws from the agonistic framework of democracy and the public sphere (Mouffe, 2005) rather than the Habermasian framework of deliberative democracy (Habermas, 2006), which is an inspiration for Heikkilä and Kunelius. However, there are also clear points of connection between the authors, and that is why we have seen it fruitful to cross-examine the trios of Access-Interaction-Participation (Carpentier, 2015) and Access-Dialogue-Deliberation (Heikkilä & Kunelius, 1998). This has allowed us to construct the analytical matrix model based on our (Ahva, 2017) previous findings.

³The name of the project was given by its founders as a reference to John Dewey (1859–1952), the American philosopher,

educator and pragmatist examining the public. Technically, Dewey is registered as an ASBL ("Association Sans But Lucratif") one of Belgium's official non-profit legal status.

⁴Both are called "Ezelstad / La cité des ânes", literally "the city of donkeys" in French and Dutch.

⁵See respectively : <http://www.ezesltad.be>, <http://www.whatfor.be>, <http://www.dzb1060.be>, and <http://www.pixels1050.be>.

⁶http://www.direktpress.se/sodra_sidan.

⁷The authors wish to thank Mathieu Simonson for his help for the interviews at Dewey, especially for the interviews with individuals participating in the hyperlocal launched by one of the researchers. This allowed for more neutral interviews.

⁸E.g. <http://www.whatfor.be/a-propos/>.

⁹Literally "At the market place".

BIBLIOGRAPHY

- Ahva, L., 2017, "How Is Participation Practiced by 'In-Betweeners' of Journalism?" *Journalism Practice*, vol. 11, pp. 142–159.
- Ahva, L., 2010, *Making News with Citizens, Public Journalism and Professional Reflexivity in Finnish Newspapers*, Tampere, Tampere University Press.
- Ahva, L., Heikkilä, H., Kunelius, R., 2015, "Civic Participation and the Vocabularies for Democratic Journalism," in Atton, C. (Ed.), *The Routledge Companion to Alternative and Community Media*.
- Anderson, C. W., 2013, *Rebuilding the News*, Philadelphia, PA, Temple University Press.
- Ananny, M., 2014, "Why 'Do It Yourself' Could Be a Contradiction in Terms," in Boler, M., Ratto, M. (Eds.), *DIY Citizenship: Critical Making and Social Media*, Cambridge, MIT Press, pp. 359–372.
- Barber, B., 1984, *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age*, Berkeley, University of California Press.
- Bailey, O. G., Cammaerts, B., Carpentier, N., 2008, *Understanding Alternative Media, Issues in Cultural and Media Studies*, Maidenhead, Berkshire, Open University Press.
- Beckman, P., 2011, "Utänför Nyhetsmallen: Med Läsarnas Hjälp," in Von Krogh, T. (Ed.), *Public Journalism Efter Nio År med Södra Sidan*, Stockholm, Sim(o).
- Borger, M., Van Hoof, A., Sanders, J., 2016, "Exploring Participatory Journalistic Content: Objectivity and Diversity in Five Examples of Participatory Journalism," *Journalism*, pp. 1–23.
- Borger, M., Van Hoof, A., Costera Meijer, I., Sanders, J., 2013, "Constructing Participatory Journalism as a Scholarly Object: A Genealogical Analysis," *Digital Journalism*, vol. 1, pp. 117–134.
- Bousquet, F., Marty, E., Smyrniaios, N., 2015, "Les nouveaux acteurs en ligne de l'information locale vers une relation aux publics renouvelée ?" *Sur le journalisme About Journalism Sobre jornalismo*, vol. 4, pp. 48–61.
- Calabrese, L., Domingo, D., Pereira, F. H., 2015, "Overcoming the Normative Frustrations of Audience Participation Research. Introduction," *Sur le journalisme About Journalism Sobre jornalismo*, vol. 4, pp. 4–11.
- Canter, L., 2013, "The Source, the Resource and the Collaborator: The Role of Citizen Journalism in Local UK Newspapers," *Journalism*, vol. 14, pp. 1091–1109.
- Carpentier, N., 2015, "Differentiating between Access, Interaction and Participation," *Conjunctions. Transdisciplinary Journal of Cultural Participation*, vol. 2, pp. 7–28.
- Carpentier, N., 2011, *Media and Participation: A Site of Ideological-democratic Struggle*, Bristol, Intellect Books.
- Christians, C. G., Glasser, T. L., McQuail, D., Nordensstreng, K., White, R. A., 2009, *Normative Theories of the Media. Journalism in the Democratic Societies*, Illinois, University of Illinois Press.
- Domingo, D., Le Cam, F., 2015, "Journalism Beyond the Boundaries. The Collective Construction of News Narratives," in Carlsson, M., Lewis, S. C. (Eds.), *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*, New York, Routledge.
- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J. B., Vujnovic, M., 2008, "Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond," *Journalism Practice*, vol. 2, pp. 326–342.
- Domingo, D., Wiard, V., 2016, "News Networks," in Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., Hermida, A. (Eds.), *The SAGE Handbook of Digital Journalism*, London, Sage, pp. 397–409.
- Firmstone, J., Coleman, S., 2015, "Rethinking Local Communicative Spaces: Implications of Digital Media and Citizen Journalism for the Role of Local Journalism in Engaging Citizens," in Nielsen, R. K. (Ed.), *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*, London, I.B. Tauris, pp. 117–140.
- Firmstone, J., Coleman, S., 2014, "The Changing Role of the Local News Media in Enabling Citizens to Engage in Local Democracies," *Journalism Practice*, vol. 8, pp. 596–606.
- Haas, T., 2007, *The Pursuit of Public Journalism: Theory, Practice and Criticism*, New York, Routledge.
- Habermas, J., 2006, "Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research," *Communication Theory*, vol. 16, pp. 411–426.
- Harte, D., Williams, A., Turner, J., 2017, "Reciprocity and the Hyperlocal Journalist," *Journalism Practice*, vol. 11, pp. 160–176.
- Heikkilä, H., Kunelius, R., 1998, "Access, Dialogue, Liberation. Experimenting with Three Concepts of Journalism Criticism," *Nordicom Review*, vol. 19, pp. 71–84.
- Hess, K., Waller, L., 2017, "Community and Hyperlocal Journalism: A 'Sustainable' Model?" in Franklin, B., Eldridge II, S. (Eds.), *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies*, Abingdon, Routledge.
- Hermans, L., Schaap, G., Bardoel, J., 2014, "Re-Establishing the Relationship with the Public: Regional Journalism and Citizens' Involvement in the News," *Journalism Studies*, vol. 15, pp. 642–654.
- Kreiss, D., Brennen, S., 2016, "Normative Theories of Digital Journalism," in Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., Hermida, A. (Eds.), *The Sage Handbook of Digital Journalism*, London, Sage.
- Le Cam, F., Domingo, D., 2015, "The Plurality of Journalistic Identities in Local Controversies," in Nielsen, R. K. (Ed.), *Local Journalism: The Decline of Newspapers and Rise of Digital Media*, London, I.B. Tauris, pp. 99–116.
- Lewis, S. C., Kaufhold, K., Lasorsa, D. L., 2010, "Thinking About Citizen Journalism," *Journalism Practice*, vol. 4, pp. 163–179.
- Lewis, S. C., 2012, "The Tension between Professional Control and Open Participation," *Information, Communication & Society*, vol. 15, pp. 836–866.
- Lewis, S. C., Holton, A. E., Coddington, M., 2014, "Reciprocal Journalism. A Concept of Mutual Exchange between Journalists and Audiences," *Journalism Practice*, vol. 8, pp. 229–241.

- Metzgar, E. T., Kurpius, D. D., Rowley, K. M., 2011, "Defining Hyperlocal Media: Proposing a Framework for Discussion," *New Media & Society*, vol. 13, pp. 772–787.
- McCoy, M., Scully, P. L., 2002, "Deliberative Dialogue to Expand Civic Engagement: What Kind of Talk Does Democracy Need?" *National Civic Review*, vol. 91, pp. 117–135.
- Mouffe, C., 2005, *On the Political*, Routledge, London.
- Nielsen, R. K., 2015, "Introduction: The Uncertain Future of Local Journalism," in Nielsen, R. K. (Ed.), *Local Journalism: The Decline of Newspapers and Rise of Digital Media*, London, I.B. Tauris, pp. 1–30.
- Pateman, C., 1970, *Participation and Democratic Theory*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Paulussen, S., D'heer, E., 2013, "Using Citizens for Community Journalism. Findings from a Hyperlocal Media Project," *Journalism Practice*, vol. 7, pp. 588–603.
- Paulussen, S., Heinonen, A., Domingo, D., Quandt, T., 2007, "Doing It Together: Citizen Participation in The Professional News Making Process," *Observatorio (OBS*) Journal* 3, pp. 131–154.
- Peters, C., Broersma, M. J., 2013, *Rethinking Journalism: Trust and Participation in a Transformed News Landscape*, London, Routledge.
- Peters, C., Witschge, T., 2015, "From Grand Narratives of Democracy to Small Expectations of Participation," *Journalism Practice*, vol. 9, no 1, pp. 19–34.
- Reader, B., Hatcher, J., 2012, *Foundations of Community Journalism*, London, Sage.
- Singer, J. B., Domingo, D., Heinonen, A., Hermida, A., Paulussen, S., Quandt, T., Reich, Z., Vujnovic, M., 2011, *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*, New Jersey, John Wiley & Sons.
- Van Kerkhoven, M., Bakker, P., 2014, "The Hyperlocal in Practice: Innovation, Creativity and Diversity," *Digital Journalism*, vol. 2, pp. 296–309.
- Wall, M., 2017, "Mapping Citizen and Participatory Journalism: In Newsrooms, Classrooms and Beyond," *Journalism Practice*, vol. 11, pp. 134–141.
- Wenger, E., 1998, *Communities of Practice: Learning, Meaning and Identity*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Williams, A., Harte, D., Turner, J., 2014, "The Value of UK Hyperlocal Community News," *Digital Journalism*, pp. 1–24.



Participation in Local Journalism

Assessing Two Approaches to Participatory Journalism through Access, Dialogue and Deliberation

Participation au journalisme local

Évaluation de deux approches du journalisme participatif à travers l'accès, le dialogue et la délibération

Participação no jornalismo local

Avaliação de duas abordagens do jornalismo participativo por meio do acesso, do diálogo e da deliberação

En. Within the ongoing discussion on the role of participation in journalism, this paper proposes to focus on participatory practices in the local context. Drawing from a journalism criticism perspective, it assesses the forms that citizen participation takes in two operations. The first is a non-profit network of citizen online hyperlocal news websites in Brussels (Belgium) called Dewey. The second is a professional weekly freesheet in Stockholm named Södra Sidan. To do so, the material comprises 22 semi-structured interviews as well as observation at both structures. Participation in the two projects is examined through a matrix model consisting of three levels, (1) the local community, (2) the production practices and (3) the local public sphere, as well as three steps, (1) access, (2) dialogue and (3) deliberation, to investigate how citizens are provided possibilities to engage with local news. Though participation is at the heart of both cases, results show that it is performed differently: Dewey is strong in providing access to the project itself as well as to news production in the hopes to empower individuals, whereas Södra Sidan's approach is more efficient in generating dialogue and deliberation among citizens, hence also influencing how issues are addressed in the local public sphere. This comparison highlights the plurality of forms and meanings that participation adopts in the local context.

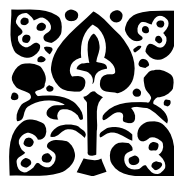
Keywords: Local news, local journalism, participation, access, dialogue, deliberation

Fr. Dans le cadre de la discussion en cours sur le rôle de la participation dans le journalisme, cet article propose de mettre l'accent sur les pratiques participatives dans le contexte local. S'inspirant de la critique du journalisme, nous analysons les formes que prend la participation citoyenne dans deux projets particuliers. Le premier est un réseau associatif de sites Web d'informations hyperlocales en ligne à Bruxelles (Belgique), nommé Dewey ASBL. Le deuxième est un journal hebdomadaire gratuit et professionnel à Stockholm appelé Södra Sidan. Pour ce faire, le matériel comprend 22 entretiens semi-structurés ainsi que des périodes d'observations dans les deux structures. La participation aux deux projets est examinée à travers un modèle matriciel constitué de trois niveaux : (1) la communauté locale, (2) les pratiques de production et (3) la sphère publique locale, ainsi que trois étapes, (1) l'accès, (2) le dialogue et (3) la délibération, pour examiner comment les citoyens ont la possibilité de participer à l'actualité locale. Bien que la participation soit au cœur de l'ADN de ces deux projets, les résultats montrent qu'elle se déroule différemment dans l'un et dans l'autre : Dewey fournit un accès puissant au projet lui-même ainsi qu'à la production d'informations dans l'espoir de responsabiliser les individus et de leur donner des moyens de s'exprimer, alors que l'approche de Södra Sidan est plus efficace lors des étapes du dialogue et de la délibération, les citoyens influençant ainsi la manière dont les problèmes sont traités dans la sphère publique locale par les journalistes. Cette comparaison met en évidence la pluralité de formes et de significations que la participation adopte dans le contexte local.

Mots-clés : Information locale, journalisme local, participation, accès, dialogue, délibération

Pt. No âmbito da discussão atual sobre o papel da participação no jornalismo, este artigo propõe analisar as práticas participativas no contexto local. Inspirados na crítica do jornalismo, analisamos as formas de participação cidadã em dois projetos específicos. O primeiro consiste de uma rede associativa de sites de notícias hiperlocais em Bruxelas (Bélgica), chamada de Dewey ASBL. O segundo é um jornal semanal gratuito e profissional produzido em Estocolmo (Suécia), chamado de Södra Sidan. O estudo teve como base 22 entrevistas semiestruturadas, bem como períodos de observação nas duas estruturas. A participação, nos dois projetos, foi examinada por meio de um modelo matricial em três níveis: (1) a comunidade local, (2) as práticas de produção, e (3) a esfera pública local; e também por três etapas: (1) o acesso, (2) o diálogo, e (3) a deliberação. O objetivo foi examinar como os cidadãos consideraram a possibilidade de participar no noticiário local. Embora a participação esteja no âmago do DNA desses dois projetos, os resultados mostram que ela se realiza de forma distinta em cada um deles: o Dewey garante um acesso ao próprio projeto, bem como à produção de informações, tentando responsabilizar os indivíduos e também dar a eles meios de se exprimir; já a abordagem do Södra Sidan é mais eficaz no que diz respeito às etapas de diálogo e de deliberação e, assim, os cidadãos influenciam a maneira na qual os problemas são tratados na esfera pública local pelos jornalistas. Esta comparação evidencia a pluralidade de formas e de significações que a participação adota no contexto local.

Palavras-chave: Notícias locais, jornalismo local, participação, acesso, diálogo, deliberação



Vers une polyphonie énonciative de proximité ?

Pages Facebook de communautés, crowdfunding et presse locale en ligne

PAULINE AMIEL
IMIC
Aix Marseille Université
& Université de Toulon
France
p-amiel@hotmail.fr



La construction d'une information locale en ligne n'a été que peu axée sur les interactions avec les lecteurs, y compris pour les titres de presse quotidienne régionale (PQR) en France qui ont semblé délaisser sur internet la proximité au profit de l'information nationale et internationale. Pourtant la proximité est une dimension indépassable pour les médias d'information locale qui participent à la construction d'un espace public territorialité (Ballarini, 2010). Entendue comme « *la pluralité des façons de décliner le proche : tantôt c'est le familier, le connu, celui avec qui la relation existe déjà, faite de services rendus et de mandats déjà occupés ; tantôt c'est le semblable occupant la même position dans l'espace social* » (Le Bart, Lefebvre, 2005), elle est à la fois constitutive du rapport des médias avec leurs publics et dépendante des différentes constructions éditoriales. Au fondement de la presse locale, elle reste un enjeu essentiel pour maintenir sa position auprès des lecteurs. À l'heure où les titres de presse quotidienne régionale ne parviennent pas à reproduire en ligne le monopole de l'information locale auquel ils sont habitués sur leur territoire, la reconstruction d'une proximité éditoriale avec le lectorat en ligne semble essentielle.

Bien plus qu'une construction unilatérale, l'information locale, axée sur la proximité, est un ensemble mouvant, basé sur des présupposés, des attentes qu'elles soient commerciales ou éditoriales, mais aussi des revendications et des espoirs. Elle

Pour citer cet article, to quote this article, para citar este artigo :

Pauline Amiel, « Vers une polyphonie énonciative de proximité ? Pages Facebook de communautés, crowdfunding et presse locale en ligne », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 7, n°2 - 2018, 15 décembre - December 15 - 15 de dezembro.
URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

participe de la construction du territoire, en tant que lieu dont le sens est produit par les liens (Boure, Lefebvre, 2000). Il faut ainsi préciser avec Roselyne Ringoot et Yvon Rochard que

« si la proximité éditoriale en journalisme est issue de l'interaction entre journaliste/source/public, elle est aussi inféodée aux types d'appartenance définis par les journaux. Aussi, la gestion de la distance représente un enjeu majeur dans l'équilibre à trouver entre professionnalisme journalistique et communauté imaginée. Partage, identification, complicité, adhésion, communion, circularité, séduction, communautarisation, socialisation, intériorisation, sont autant d'expressions traduisant des manières d'être proche issues de l'interaction entre la proximité induite par les genres (émotionnelle, physique, intellectuelle, fonctionnelle) et la proximité travaillée par la ligne éditoriale, quelle que soit l'appartenance revendiquée » (2005 : p73).

Cette gestion de la distance et cette construction de l'information locale sont des enjeux de la proximité éditoriale de la presse locale depuis le XIXe siècle (Martin, 2002). Les journalistes de PQR, en monopole sur leur territoire de publication, basent leur construction de l'information sur les lois de proximité, proposant une actualité proche de leur lectorat.

Finalement, sur le web, c'est cette relation de proximité avec le lectorat (Thierry, 2000) qui doit être reconfigurée. Comme le détaille Franck Bousquet :

« Avec la diffusion en ligne et la logique de l'audience, ce lecteur se désingularise et est reconstruit selon d'autres plans. [...] La représentation des lecteurs par les journalistes est passée d'une communauté homogène et fermée à un monde ouvert et incohérent. La relation de proximité entre lecteurs et rédacteurs, fondamentale pour l'écriture des pages locales de la PQR, se trouve ainsi remise en cause » (2014, p 219).

Ce « lecteur modèle » (Eco, 1979) auparavant perçu par les localiers comme proche, est mal identifié en ligne. Tant et si bien que la relation complexe inhérente à la presse locale se modifie et adopte de nouvelles formes. Si l'on peut retrouver des permanences, notamment dans les contradictions, certains aspects de cette relation complexe semblent nouveaux. « *Online, all publics appear fragmentary. There is always an element of the public that cannot be networked. There is always*

a fraction of this uncaptured public only a mouse click away. »¹

Afin de reconfigurer la proximité, au cœur de l'information locale, les journalistes des titres étudiés travaillent notamment à reconstruire des communautés de territoire en ligne. Selon Roselyne Ringoot et Yvon Rochard (2005), les textes du journal sont mis en scène avec une proximité fondée sur la participation à une communauté qui inclut rédacteurs et lecteurs. Ces rôles sont négociés (Canu, Datchary, 2010). De nouveaux usages axés sur un renforcement des liens semblent se répandre dans les rédactions web des titres de PQR en France. En effet, depuis la création de ces sites web, la gestion des commentaires était souvent sous-traitée à des agences externes aux entreprises de presse qui se contentaient de maintenir un cadre légal. Les réseaux sociaux étaient utilisés notamment pour faire la promotion des productions du journal, mais peu de dialogue était établi avec les abonnés (Pignard-Cheynel, Sebbah, 2012).

Parfois, la reconstruction de la proximité passe également par la participation active des lecteurs, à travers la proposition d'un journal participatif. Cette notion de participation est apparue dans les médias avec l'arrivée des médias locaux communautaires dans les années 70 (Paillart, 1993). L'objectif était d'intégrer les habitants d'un territoire au débat local. Aujourd'hui, les médias locaux, qui ont l'impression de ne plus cerner leur lectorat, ne cherchent-ils pas à mieux le maîtriser et l'approprier en lui permettant de participer en ligne à la construction de l'information locale ? En donnant une plus grande place au discours rapporté, la déclaration est prise comme preuve, comme étant véridique et transparente puisqu'issue de la population. Christian Le Bart et Rémi Lefebvre constatent également ce phénomène : « *C'est une posture journalistique inédite : valorisation du témoignage, du récit de vie, de l'expérience singulière, du vu et du ressenti, centrément sur la subjectivité et les affects...* » (2005 : p. 8). La question de la proximité et des rôles des lecteurs et des journalistes dans la construction de l'information locale n'est donc pas nouvelle. Ceci dit, les nouvelles modalités qu'elle prend au travers des pages Facebook et des campagnes de *crowdfunding* de la presse locale pourraient renouveler ses enjeux.

Avant de tenter de comprendre ces nouvelles pratiques en ligne des journalistes localiers vis-à-vis des communautés sur Facebook, du *crowdfunding* et des interactions avec leur lectorat, il semble important de rappeler comment elles s'inscrivent dans une reconfiguration de la polyphonie énonciative propre au journalisme. D'après Emmanuel Souchier, « *le concept d'énonciation éditoriale renvoie à*

l'élaboration plurielle de l'objet textuel. Il annonce une théorie de l'énonciation polyphonique du texte produite ou proférée par toute instance susceptible d'intervenir dans la conception, la réalisation ou la production du livre, et plus généralement de l'écrit » (1998). En modifiant le positionnement des lecteurs dans la construction énonciative propre à la presse locale, on pourrait également craindre un « éclatement du schéma narratif classique » (Marc Lits 1997).

L'absence d'un modèle économique rentable pour l'information locale en ligne (Anciaux, 2014) est liée, pour les journalistes, à la diminution de la proximité avec le lectorat en ligne. Pourtant acteurs majoritaires -voire en position monopolistique pour les titres de PQR- sur leur territoire d'édition, les journalistes font face à une concurrence très forte en ligne. Cette situation schizophrénique (Bousquet, 2014) les amène à reconsidérer leur rôle traditionnel et leurs relations avec les lecteurs et les communautés locales (Tönnies, 2010). C'est ce questionnement autour des nouvelles voix du journalisme local en ligne, et plus particulièrement au travers de la co-construction des contenus avec les lecteurs qui sous-tend notre article. Ainsi, plusieurs titres de presse régionale proposent de nouvelles initiatives éditoriales pour fortifier les rapports avec leur lectorat et le territoire, notamment par un renforcement des interactions avec des communautés sur les réseaux sociaux. Les *pure-players* locaux (Bousquet, Marty, Smyrniaios, 2013), de leur côté, s'engagent aussi à co-construire l'information avec leur lecteur, souhaitant ainsi les placer au centre de la fabrique de l'information. En quoi ces nouvelles modalités de la proximité entre lecteurs et journalistes de presse locale engagent-elles une recomposition de la construction énonciative entre le localier et son lectorat ? À travers la mobilisation de communautés en ligne sur Facebook, mais aussi à travers des opérations de *crowdfunding*, les acteurs médiatiques du territoire font appel à leur lectorat, non seulement d'un point de vue financier, mais aussi éditorial. Les localiers s'engagent alors à repenser les rôles de chaque acteur dans la fabrique de l'information locale.

Grâce à l'analyse des messages de deux campagnes de *crowdfunding* étudiées, nous essayons de montrer comment les localiers souhaitent positionner leur lectorat différemment et lui proposent de nouveaux rôles dans le schéma énonciatif avant de montrer qu'à travers les interactions sur les pages Facebook du territoire se construisent de nouvelles modalités de la proximité. Notre démarche s'inscrit dans la compréhension de la perception des localiers et de leur volonté de reconstruire des interactions basées sur la proximité, avec leur lectorat. Il nous

faut en premier lieu mettre en contexte la notion de proximité dans la construction des rapports entre journalistes et lecteurs de presse locale.

COMPARER LES DISCOURS DES JOURNALISTES, LES CAMPAGNES DE CROWDFUNDING ET LES PUBLICATIONS FACEBOOK

Les données principales utilisées dans cette recherche proviennent d'entretiens semi-directifs avec des journalistes et des responsables de rédaction de presse locale. Ce type de publication constitue une des presses les plus lues de France, avec 39,1 % de la distribution totale en 2015². Entre juin 2015 et décembre 2016, vingt-cinq entretiens semi-directifs ont été réalisés avec des journalistes et des responsables de rédaction issus de cinq titres de presse locale. Les répondants sont journalistes ou chefs de service dans quatre entreprises de PQR différentes, *Nice-Matin*, le groupe *Centre France*, *La Dépêche du Midi* et *Le Parisien/Aujourd'hui en France*, et dans un *pure-player* d'informations locales, *MarsActu*. Les propos recueillis ont été retranscrits et analysés de façon anonyme.

Nous avons mis en perspective ces discours avec les publications des journalistes sur certaines pages Facebook et pour leurs campagnes de *crowdfunding*. Nous avons recueilli les newsletters et messages sur différentes plateformes en ligne publiés par *Nice Matin* lors de la campagne de *crowdfunding* lancée après le rachat de l'entreprise de presse par ses salariés. Sept newsletters envoyées aux participants de la campagne de *crowdfunding* et 43 messages publiés sur le site Ulule ont été analysés. De plus, les 14 messages adressés par *MarsActu* à ses lecteurs et financeurs lors de la campagne de *crowdfunding* précédant la relance du *pure-player* marseillais³ ont également été analysés. Entre autres, la feuille de route interne à destination des rédactions du groupe *Centre France*⁴ a pu être étudiée afin de comprendre le message envoyé par la direction du titre de presse à ses journalistes.

Enfin, nous nous sommes intéressés aux diverses pages Facebook des titres de presse locale étudiés (30 pour *Nice-Matin*, 40 pour *Le Parisien*, 13 pour *La Dépêche du Midi*, 17 pour *La Montagne* et 2 pour *Le Journal du Centre*). Chaque titre propose plusieurs pages Facebook selon les zones éditoriales et selon les thématiques qui intéressent leurs lecteurs. Par exemple, *Nice-Matin* compte une page par édition mais aussi une page « Sports », une « Food », etc. Sans avoir effectué d'analyse de contenus systématique, nous avons procédé à une identification des fonctionnements de publication et des rouages

de l'interaction avec les lecteurs sur ces pages. De plus, nous avons procédé de même avec certaines pages Facebook d'intérêt local, créées par les internautes, interagissant avec les journalistes de presse locale rencontrés (« Tu sais que tu as vécu à Menton quand », « Tu sais que tu viens de Nice quand », « Tu sais que tu viens de Nevers quand », et « Tu sais que tu viens de Clermont-Ferrand quand »). Ces pages ont été sélectionnées lorsque les journalistes interrogés nous ont indiqué interagir avec leurs fondateurs. Même si d'autres producteurs d'information locale sur internet utilisent ces outils, nous ne nous sommes intéressée qu'à celles mentionnées par les journalistes lors des entretiens. En effet, ces processus ont été étudiés sous le prisme des interactions avec la presse locale et de la co-construction de l'information.

Des croisements entre les différents éléments du corpus (discours des journalistes, newsletters et messages postés sur Ulule, pages Facebook de presse et pages Facebook d'internautes) ont permis de comparer les discours et les pratiques. Nous avons précisément étudié les propos des journalistes sur les interactions et sur la proximité à l'aune de leurs pratiques constatées et des messages qu'ils transmettent aux lecteurs par le biais des objets étudiés.

Les documents et les entretiens composant le corpus ont été retranscrits et analysés en accord avec les principes généraux de la « *grounded theory* » (Glaser et Strauss, 2010). L'analyse étant itérative, les premiers éléments apparus dans les entretiens et la documentation ont aidé à construire et à spécifier la recherche. De cette étude, et avec notamment l'aide du logiciel d'analyse qualitative Sonal, plusieurs hypothèses ont émergé et nous ont permis de comprendre dans quelle mesure l'usage du réseau social Facebook, à travers les pages communautaires et les pages du journal, mais aussi les campagnes de *crowdfunding*, ont été utilisées par les localiers pour construire une nouvelle proximité avec les lecteurs en ligne.

Nous souhaitons étudier comment les localiers envisagent de reconstruire la proximité avec leurs lecteurs en ligne. L'analyse de deux campagnes de *crowdfunding* d'entreprises de presse locale nous permet de comprendre en quoi la redistribution des rôles des lecteurs et journalistes de presse locale fait figure de recomposition de la construction énonciative entre le localier et son lectorat. Nous postulons ainsi qu'avec la nouvelle prise en compte du lecteur, à travers la gestion des commentaires et l'interaction sur certaines pages Facebook, dans la volonté de co-construction de l'information des journalistes de presse locale étudiés, mais aussi à travers le financement participatif, l'énonciation

éditoriale et le schéma narratif peuvent être transformés. Ces deux aspects des relations autour de l'information locale en ligne permettent de reconfigurer la fabrique de l'information et de proposer une polyphonie éditoriale de la proximité.

**DES CAMPAGNES DE CROWDFUNDING
QUI REPOSITIONNENT LES LECTEURS
AU SEIN DU SCHÉMA NARRATIF**

Pour lutter contre la baisse de l'audience et tenter de recréer leur position d'acteurs majeurs de l'information locale en ligne, les journalistes réfléchissent leurs relations aux lecteurs. Depuis les débuts de la publication en ligne de leurs informations, les localiers ont le sentiment de méconnaître leur lectorat en ligne. Pour s'en rapprocher, les journalistes mettent en place plusieurs stratégies. Ils souhaitent « *descendre de [leur] piédestal* » comme le préconise la direction du groupe *Centre France* à ses rédactions, dans sa feuille de route envoyée en 2016.

Les trois campagnes de *crowdfunding* étudiées, à *Nice-Matin* et à *MarsActu*, sont intervenues dans les mêmes situations : après une menace de liquidation judiciaire et un rachat de l'entreprise par les salariés. *Nice-Matin* a proposé deux campagnes sur la plateforme Ulule. La première, finie en septembre 2014, a permis de récolter plus de 376 000 € donnés par 2733 contributeurs. La seconde, terminée en décembre 2015 a permis au journal de vendre 620 abonnements en prévente. L'entreprise de presse a particulièrement communiqué sur ces deux campagnes de *crowdfunding* et a également publié en retour des contenus pour les contributeurs. De plus, le quotidien du Sud-Est entretient un partenariat avec Ulule pour soutenir et publier des articles sur les campagnes de financement participatif de leur région. De son côté, les journalistes de *MarsActu* ont récolté plus de 44 000 € en juillet 2015 par ce même biais. En sollicitant 839 contributeurs, ils souhaitaient récolter de l'argent, mais aussi donner une nouvelle place au lectorat dans leur processus de fabrication de l'information.

Un journaliste interrogé estime que « *Nice-Matin a une relation particulière avec ses lecteurs puisqu'ils nous ont aidés. Certains sont dans le capital. On a une relation particulière avec eux. [...] On veut que l'abonnement à Nice-Matin soit fait aussi parce que le lecteur soutient Nice-Matin.* » Le *pure-player* d'informations locales *MarsActu* en fait de même et envisage de créer une société des lecteurs. Ainsi les lecteurs sont à la fois les financeurs, les sources et les destinataires du message journalistique.

Les journalistes se sont saisis de ces occasions pour renforcer la proximité émotionnelle avec leur lectorat. Au-delà des discours recueillis en entretien, nous constatons également dans les messages publiés à destination des financeurs que les locaux souhaitent recréer un lien de proximité. En premier lieu, dans les newsletters adressées par la rédaction de *Nice-Matin* aux lecteurs ayant participé à la campagne de *crowdfunding*, ils adoptent un ton léger et utilisent les symboles et le vocabulaire quotidien des lecteurs. Les personnages des « minions », issus de la série de films extrêmement populaires « Moi, moche et méchant », servent de fil conducteur à cette campagne. Des photos des « minions » installés dans la rédaction ou chez les nouveaux abonnés/financeurs, apparaissent dans le film promotionnel tourné et dans la plupart des messages postés. Des termes du langage oral, utilisés fréquemment sur les réseaux sociaux, tels que « Yeah », « cool » ou alors les smileys, font partie intégrante du discours. Cette volonté de s'adapter au langage du lectorat se retrouve également dans la publication de messages sur Facebook. Un responsable éditorial de la cellule web témoigne : « *on n'est pas au-dessus des gens, on ne vaut pas mieux qu'eux, on se met à leur niveau, en apportant une information. On essaye d'être dans l'empathie, dans le partage et les résultats sont déçus.* »

Au-delà de l'attachement au journal de presse locale, on peut ajouter que ces campagnes renforcent également l'effet « album de famille » propre aux médias locaux (Pailliart, 1993). Le titre de PQR veut faire partie de l'identité locale des lecteurs. Cette notion peut être extrêmement valorisée sur internet. Pour le chef de la rédaction numérique de *Nice-Matin*, c'est un atout à côté duquel il ne faut pas passer : « *on va essayer de jouer sur l'identité, sur le communautarisme. On va faire des papiers à très fort caractère identitaire. On est Nice, on est la Côte d'Azur, on est le Var. On en est fier, on le montre, on le partage sur les réseaux sociaux.* » Ainsi, on retrouve les aspects de construction de la communauté locale, axée sur une proximité psychoaffective forte et capable d'engendrer de l'interaction et une forme de co-construction.

Également, nous constatons que l'énonciation mise en place dans les interactions avec les lecteurs, dans les newsletters, s'inspire des techniques marketing d'engagement de l'audience. En effet, le « *storytelling* » permet à la cellule digitale de *Nice-Matin* ou aux journalistes de *MarsActu* de personnaliser leur campagne de *crowdfunding* et ainsi d'humaniser leur collecte. La publication d'informations locales devient une aventure collective qui inclut les lecteurs. Les champs lexicaux

des sentiments, de la solidarité et le registre de la famille sont mobilisés. Le lectorat est engagé par les nombreuses questions qui lui sont posées ainsi que par l'usage du « nous » permanent. Les injonctions et appels à l'aide sont fréquents et permettent de créer un rapport direct et impliquant. La ponctuation affective, extrêmement présente, finit de donner un sentiment de proximité et d'impliquer le lecteur, lui expliquant ainsi que sans sa participation, le journal ne pourra pas survivre.

FACEBOOK, PERÇU COMME RÉSEAU SOCIAL PRIVILÉGIÉ POUR RECONSTRUIRE LA PROXIMITÉ

Les campagnes de *crowdfunding*, lancées dans deux titres de presse locale après des périodes de crise économique forte, sont mises à profit pour resserrer les liens avec le lectorat, en jouant sur la proximité sentimentale et l'attachement affectif. Depuis 2015, les journalistes des rédactions étudiés souhaitent développer ce lien de proximité grâce au réseau social Facebook.

Pendant plusieurs années, les journalistes de presse locale ont favorisé Twitter comme réseau social, s'en servant pour partager les articles publiés et pour s'informer (Pignard Cheynel, Sebbah, 2012). Pourtant, il semble qu'un tournant ait été opéré dans les perceptions des réseaux sociaux par la presse locale depuis 2015. En effet, suite à des formations, aux conseils de consultants extérieurs ou par effet de mimétisme, les rédactions web des titres de PQR se penchent davantage sur les interactions *via* Facebook. Les journalistes ont ainsi réalisé que le réseau social Twitter ne leur amenait que très peu d'audience (2 % pour *nice-matin.fr*⁵). Un journaliste web du titre explique qu'« *on est essentiellement sur Facebook, 90 % de notre activité sur les réseaux sociaux est sur Facebook. C'est bizarre à dire, mais les vraies gens ne sont pas sur Twitter.* » Comme à *Nice-Matin*, *Le Parisien*, *La Dépêche du Midi* ou encore les titres du groupe Centre France travaillent dans ce sens-là également⁶.

Les journalistes rencontrés ressentent un éloignement de leur lectorat en ligne. Pour lutter contre cet éloignement, ils envisagent plusieurs solutions. En premier lieu, les journalistes rencontrés au *Parisien*, au *Journal du Centre* et à *Nice-Matin* souhaitent ne plus se positionner comme experts. Un chef d'édition du *Parisien*⁷ assure qu'il faut « *sortir de la position assez verticale du journalisme qui s'est imposée. On doit faire de la proximité. On peut être populaire sans être populiste. Plutôt que de regarder des choses d'en haut et de développer des thé-*

matiques qui ne passionnent pas les gens, il faut se rapprocher. »

Par ailleurs, les journalistes rencontrés veulent reconstruire sur Facebook une proximité géographique avec leur lectorat. C'est-à-dire qu'ils envisagent de proposer aux lecteurs une information personnalisée, en fonction de ces intérêts et en fonction de la géolocalisation. Un des chefs d'édition numérique de *Nice-Matin* détaille : « *Les frontières, elles sont différentes dans les éditions papier. Par exemple, Nice-Matin, c'est très cloisonné : il y a l'édition de Nice, de Monaco, de Cannes, de Cagnes-sur-Mer, d'Antibes, et de Grasse. Et de Menton. Comme s'il y avait des murs entre chaque ville et que personne... Le web, c'est fondamental, le lecteur va piocher où il veut. Sur Facebook, il a accès à toutes les informations du département et du coup, on vit comme les gens d'aujourd'hui. Quelqu'un qui vit à Nice, il peut travailler à Monaco, comme beaucoup de personnes. »*

Pourtant, malgré les discours recueillis, c'est bien cette logique de découpage territorial qui est constatée sur Facebook. Pour se rapprocher des modes de vie des lecteurs, les journalistes créent de multiples pages locales thématiques sur le réseau social. Début 2017, nous en recensons 30 pour *Nice-Matin*, 40 pour *Le Parisien/Aujourd'hui en France*, 13 pour *La Dépêche du Midi*, 17 pour *La Montagne* et 2 pour *Le Journal du Centre*. Ces pages Facebook s'axent non seulement sur les informations axées un territoire, mais aussi sur les centres d'intérêt des lecteurs : « Les bonnes affaires avec *Nice-Matin* et *Var-Matin* », une page de vente de particuliers créée par le titre de PQR, « Sortir avec *le Parisien* », une page d'annonces d'événements ou encore « *La Montagne* se bat pour l'emploi », une page d'aide au retour en l'emploi permettent de toucher davantage de personnes sur le réseau social et d'être proche de leurs préoccupations. Pourtant, lorsqu'on observe précisément le fonctionnement de ces pages, on constate que l'essentiel des interactions avec les abonnés se passe sur les pages principales des titres de presse. *La Montagne* par exemple, propose depuis mars 2016, une série de vidéos appelée « Dans ton com » qui reprend les commentaires des abonnés à la page principale de *la Montagne*, condensés et commentés par deux journalistes.

Bien que les localiers souhaitent recréer de la proximité avec leurs lecteurs sur Facebook en multipliant les groupes thématiques, les interactions restent concentrées sur la page principale des titres. Les journalistes personnalisent l'information en essayant d'être au plus proches des centres d'intérêt et en segmentant l'information selon les lectorats supposés. Ils se servent alors des outils de ciblage four-

nis par le réseau social. Un chef d'édition digitale de *Nice-Matin* explique : « *Il y avait une étude sur les jeunes et le cannabis qui disait que c'était en PACA⁸ qu'il y avait le plus de jeunes fumeurs de cannabis. Du coup on a fait plusieurs posts sur Facebook. Un à destination des jeunes en disant 'c'est dangereux et vous êtes les plus gros consommateurs' et on a ciblé sur les 15 - 25 ans. Et après, on a fait un deuxième post plutôt à destination des parents 'attention, surveillez bien vos enfants'. Et ça a bien marché. Du coup les personnes ciblées ont beaucoup cliqué sur le site. »* Ainsi la publication en ligne et notamment le fléchage de sujets sur les réseaux sociaux permettent de renouveler les formes de contact et d'affiner cette gestion de la proximité. Au-delà du clic, ce sont l'adhésion et l'appropriation qu'ils recherchent. En effet, un article est d'autant plus lu lorsqu'il est prescrit par quelqu'un de son entourage (un ami sur Facebook) immédiat.

Par ailleurs, une partie des journalistes interrogés affirment s'intéresser aux communautés Facebook créées par des internautes (par exemple, sur Facebook, les pages « Tu sais que tu es Gersois quand... »). Ces pages seraient, selon les journalistes interrogés, une preuve de l'intérêt des internautes pour une information territorialisée. Cet engouement est relié à l'appartenance affective à un territoire défini, co-construit par la presse locale, qui en est l'étendard. En ligne, les lois de la proximité semblent se maintenir, mais se déplacer (Agnès, 2008). Les lois de proximité traditionnelles se focalisent désormais sur une proximité géographique, mais aussi thématique, selon les centres d'intérêt des lecteurs. Les internautes perpétuent leur intérêt pour ce qui se passe près de chez eux. Ces pages intéressent les journalistes notamment car elles sont des espaces de diffusion de l'information territorialisée, auprès de lecteurs déjà intéressés par le local. Les modérateurs de la page Facebook « Tu sais que tu as vécu à Menton quand... » relayent des informations positives concernant le territoire : photos, offres d'emploi, événements.

Au-delà du miroir valorisant du territoire en ligne, les pages Facebook de presse locale permettent le maintien des liens nécessaires à la cohésion du territoire (Boure, Lefebvre, 2000). Elles favorisent l'adhésion du local dans le monde (Mabileau, 1993). On peut affirmer que le territoire, au travers des dispositifs de publication de pages communautaires en ligne de la presse locale et des internautes, apparaît renforcé car ces publications procèdent d'un désir partagé avec les lecteurs de constitution d'une ou de plusieurs communautés du local en ligne. Ainsi, la communauté devient une forme de "vivre ensemble" (Tönnies, 2010). En formant des communautés liées au local sur internet, et en se saisissant de cet

espace, les journalistes locaux et les internautes accentuent l'appartenance au territoire. En établissant des contacts avec d'autres groupes qui se sont créés spontanément, les locaux renforcent ce sentiment. Par exemple, sur la page Facebook « Tu sais que tu as vécu à Menton quand... », les modérateurs publient fréquemment une photo de la page informations-service de l'édition locale *Nice-Matin*. Elle renforce ainsi le rôle central du titre dans la construction d'un sentiment commun autour du territoire.

Il s'établit un réel échange et une inter-construction des contenus d'information locale. Si la plupart des pages Facebook de communauté étudiées reprennent des contenus publiés dans le journal de leur commune, il n'est pas rare non plus que les locaux rédigent des articles sur l'existence de ces pages. Ce sont les journalistes qui vont à la rencontre des animateurs de ces pages en leur proposant de travailler ensemble ou en écrivant un article sur la page en question. Ainsi, les journalistes du *Journal du Centre* ont publié en ligne et sur le journal papier plusieurs articles sur ce groupe qui rassemble 3700 personnes de Nevers et ses environs. L'existence de ces pages et les liens tissés avec les rédactions locales de leur secteur sont plus ou moins forts. Ces pages deviennent alors un sujet du point de vue du journaliste local. Un localier au *Parisien*⁹ étaye ce constat : « *On veut faire du vrai community management, c'est-à-dire pousser de façon plus intelligente nos papiers sur Facebook, par exemple, aller sur les pages par ville « Tu sais que tu viens... » Il y a beaucoup de monde sur ces pages-là ! De temps en temps, on y jette un œil.* »

Nous constatons par ailleurs que la nostalgie, mais aussi un attachement affectif au territoire sont partagés par les locaux et les internautes créateurs de ces pages Facebook. Pour les auteurs de l'Observatoire des NTIC et des métiers, « *la nouvelle proximité fonctionne davantage selon le critère de ressemblance, et recherche des traits singuliers permettant l'identification au récepteur. Il s'agit d'une proximité psychoaffective spectaculaire.* »¹⁰ Cette empathie et cette « *proximité psychoaffective* » se couplent avec des émotions intenses que peuvent parfois ressentir les journalistes interrogés : le rédacteur en chef du *Journal du Centre*¹¹ assure que « *les journaux locaux sont particulièrement exposés. La presse quotidienne régionale focalise beaucoup de sentiments forts. Qui peuvent être soit de l'amour, de la passion et tout ça ou de la haine.* » Les deux journalistes de *MarsActu* interrogés découvrent l'attachement de leurs lecteurs au moment de la liquidation judiciaire et s'étonnent de ce soutien. Pour renforcer cet attachement, tous les journalistes rencontrés publiant sur les pages Facebook du titre

adaptent également leur langage en mimant celui de leurs lecteurs. Sur toutes les pages étudiées, par exemple, il n'est pas rare de retrouver des émoticônes, des expressions issues du langage courant et des adresses directes. De plus les abonnés de ces pages sont sollicités par les journalistes pour répondre à des quiz ou pour témoigner et partager leurs expériences.

UNE RECONFIGURATION DE LA POLYPHONIE ÉNONCIATIVE DE LA PROXIMITÉ

La plupart des locaux interrogés ont tout de même le sentiment d'éloignement de leur public et de devoir reconquérir les lecteurs en ligne. Pour les journalistes du *pure-player* local *MarsActu*, la « *co-construction de l'information* » est un moyen de résoudre cette distance. Elle est décrite comme un prolongement de l'interactivité (Ringoot, 2014). Perçue comme une forme d'interactivité plus avancée, la « *co-construction de l'information* » est présentée comme « *une suite logique* » pour eux, afin de « *laisser plus de place aux lecteurs* ». Les objectifs de cette démarche sont doubles : elle permet d'une part de « *maintenir le lien* » avec les lecteurs et d'autre part de « *montrer que MarsActu n'est pas qu'un journal construit par des journalistes, mais un journal qui appartient à ses lecteurs.* »¹² Cette volonté est d'autant plus fondamentale que les journalistes assurent que l'interactivité et la co-construction de l'information sont « *le socle* », « *l'ADN* » du *pure-player*.

De plus, la co-construction de l'information permet de reconnaître une expertise à certains lecteurs. Les journalistes assument donc de leurs laisser une part plus grande sur certains sujets. Ce sont des effets également constatés par Graham Todd et Wright Scott (2015). Ainsi, la hiérarchie traditionnelle du journaliste positionné comme un expert est remise en cause. Ce constat, couplé aux conclusions de Clarence Anderson sur cette question du positionnement dans la relation sources/journalistes (2014), permet de comprendre que les rôles traditionnels de la fabrique de l'information locale sont repensés. Ce mélange des genres est particulièrement prégnant lorsqu'on interroge les locaux de *MarsActu* : « *Une partie de nos lecteurs sont aussi des lanceurs d'alerte et sont aussi des gens qui ont non seulement une expertise, mais aussi ont eux-mêmes de l'information. [...] Ils peuvent être aussi financeurs.* » À la fois source, co-constructeur de l'information, mais aussi lanceur d'alerte et lecteur, l'abonné de *MarsActu* se voit renforcé dans une forme de polyphonie. Pour autant, il apparaît également que les fonctions éditoriales restent du côté des jour-

nalistes et de la rédaction. Même si, à travers la co-construction de l'information, les lecteurs et sources prennent une place plus importante dans le schéma narratif traditionnel de la presse locale, ce sont les journalistes qui gardent les rênes de la fabrique de l'information.

Au-delà de l'exemple de la co-construction de l'information à MarsActu, nous constatons dans nos entretiens cette volonté de donner plus de voix aux lecteurs. Les journalistes envisagent ainsi une évolution du positionnement du lectorat dans la fabrique de l'information puisque, comme nous l'avons vu ultérieurement, ils acceptent de « descendre de leur piédestal » et de revaloriser le lecteur. En situant différemment le lectorat par rapport au schéma traditionnel, les localiers souhaitent changer l'équilibre établi de la polyphonie énonciative constructrice de la presse locale. Ils donnent plus de voix aux lecteurs, s'approchant ainsi du journalisme participatif tel qu'étudié par les auteurs de *Participatory Journalism* (Singer et al., 2011). Comme nous l'avons vu, les localiers ne doivent plus être des experts, mais bien des acteurs du territoire, au même titre que les autres, et donc potentiellement au même titre que les lecteurs. Le document transmis par la direction du groupe Centre France à ces rédactions assure qu'« en amont, nous interrogeons les lecteurs et les internautes sur les sujets et les angles qui les intéressent. Nous acceptons de répondre à leurs demandes, et de ne jamais présumer de celles-ci. De même, a posteriori, nous leur proposons d'évaluer nos sujets, traitements et produits. » Toutes les pages Facebook des titres de presse étudiés appellent notamment les lecteurs à donner leur avis, à répondre à des sondages ou à transmettre leurs informations. La rédaction du site payant de Nice-Matin propose notamment à ces lecteurs de choisir chaque mois le thème traité par les journalistes.

À travers les commentaires notamment, c'est également un *feed-back*, une « évaluation », qui est demandé. Aujourd'hui, les lecteurs ont donc le choix et la *possibilité* de s'informer autrement. Ils ne lisent le journal que si les journalistes ont su les séduire. Les journalistes ne sont plus dominants, seuls *gatekeepers* de l'information. Ils ne doivent plus construire l'information en fonction de critères professionnels, mais bien en fonction de ce qui peut attirer le lecteur. En souhaitant s'adapter, ils lui permettent d'obtenir un pouvoir de décision renforcé. De plus, les nouveaux formats et les nouvelles pratiques engendrent également des changements dans le schéma narratif : « *L'apparition de formes médiatiques hybrides s'accompagne d'une discussion publique des canons objectivistes du journalisme :*

revendication d'une écriture en « je », affirmation du doute, usage affiché du procédé narratif, utilisation des espaces d'incertitudes et d'interprétations du récepteur. » (Lits, op. cit.).

Il est probable que le renouvellement de la polyphonie énonciative se joue également sur le décalage entre les émetteurs. Comme nous l'avons vu, les médias locaux sollicitent les lecteurs pour construire des publications. Ils sortent également le témoignage des lecteurs/sources du cadre traditionnel de la citation entre guillemets. En effet, un des chefs d'édition numérique interrogés explique notamment que *Nice-Matin* publie des articles témoignages où la source propose un récit à la première personne d'une expérience vécue. Le journaliste publie *in extenso* ce témoignage à la première personne du singulier, tentant ainsi d'effacer les traces de formatage journalistique du discours du lecteur/source. Ainsi la position du locuteur semble se renforcer puisque son discours sort du cadre strict de la citation. Par exemple, dans l'article « les huit questions que vous vous posez sur le moustique tigre », la rédaction de *Nice-Matin* publie le 30 juin 2016 des questions-réponses sans indiquer la provenance des questions. Le lecteur sait juste qu'elles ont été posées par « vous ». Les journalistes, ayant partagé le lien sur la page Facebook principale du journal, ont sollicité les lecteurs pour donner leurs « astuces » contre les moustiques. Le discours rapporté est reconstruit, mais les traces de l'action du journaliste sont effacées. De plus en plus, le discours du lecteur (devenu simultanément source) est pris tel quel, sans passer par les phases de déconstruction et de reconstruction de l'information (Ringoot, 2014). En donnant une place renforcée à des locuteurs variés et moins déterminés, la presse locale tente d'établir de nouveaux dialogues.

LES PAGES FACEBOOK TERRITORIALISÉES ET LE CROWDFUNDING COMME OUTILS DE RECONFIGURATION DE LA FABRIQUE DE L'INFORMATION DE PROXIMITÉ

Finalement, ce sont la façon de percevoir les lecteurs, les interactions et la valeur qui leur est accordée qui évoluent. À travers l'étude des perceptions des journalistes, des communications autour des campagnes de *crowdfunding* et des pages Facebook territorialisées, il transparaît qu'une reconfiguration des rôles du lecteur, dans le cadre de l'information locale, est en cours. L'appel au soutien financier par le *crowdfunding* renforce le lectorat, devenu financeur. De plus, les journalistes souhaitent se positionner en proximité affective avec leur lectorat. Comme nous l'avons vu, la position d'expert est délaissée et proposée à certains lecteurs permettant ainsi une ré-

évaluation du dispositif éditorial classique. En effet, un schéma horizontal des médias (tout le monde, associations, lecteurs, etc. peut publier en ligne notamment sur les réseaux sociaux), émerge et transforme l'utilité des supports traditionnels. Même si l'information locale reste valorisée en ligne, de par l'intérêt manifesté par les lecteurs, sa construction change. En repensant la proximité et en générant un rapprochement entre les rédactions et le lectorat, les journalistes de presse locale interrogés souhaitent avancer dans un modèle plus horizontal, qui est porté par la participation du lecteur et la co-construction d'un contenu. En souhaitant revaloriser la proximité dans leurs relations avec le lectorat en ligne, les localiers personnalisent l'information pour correspondre aux centres d'intérêt et à la géographie de leurs lecteurs.

Depuis 2015, les journalistes de presse locale préfèrent Facebook comme réseau social privilégié d'interaction avec les lecteurs. La plateforme semble favoriser la proximité. Pour établir un lien fort et des interactions incitant les internautes à s'informer à travers le titre, les localiers adoptent leurs codes et langages. En cherchant à se rapprocher des routines et de leurs intérêts, les journalistes renforcent un sentiment de cohésion. Les pages Facebook territoriales, qu'elles soient créées par les internautes ou par les journalistes, participent de cette co-construc-

tion de l'information et du renforcement de « l'album de famille ».

De même, cette mise sur un pied d'égalité, puisque les journalistes souhaitent co-construire l'information avec les lecteurs et puisqu'ils les sollicitent, engendre une reconfiguration des rôles classiques du schéma discursif. Les journalistes décernent de nombreuses fonctions aux lecteurs devenus à la fois financeurs, sources, lanceurs d'alerte, rédacteurs, et semblables. Les nouvelles modalités de prise en compte et d'intégration du lecteur, à travers la gestion des commentaires et l'interaction sur certaines pages Facebook, dans la volonté de co-construction de l'information, et également à travers le financement participatif, modifient le schéma narratif traditionnel. La volonté de se rapprocher du lecteur amène les journalistes à repenser leur place dans cette fabrique de l'information locale. Cette information locale en ligne construite à plusieurs voix permet ainsi de repenser une polyphonie énonciative de la proximité renouvelée.

Date de soumission de l'article : 30 mars 2017
Date d'acceptation : 14 juin 2018

NOTES

¹ Anderson C. W., 2013, *Rebuilding the news*, Temple University Press, 216p, p165. : «En ligne, tous les publics apparaissent fragmentés. Il y a toujours un élément du public qui ne peut pas être mis en réseau. Il y a toujours une fraction de ce public non captif en seulement un clic de souris. » (traduction de l'auteur)

² Selon les données du Ministère de la Culture et de la Communication.

³ *MarsActu* est un *pure-player* d'informations locales basé à Marseille, racheté par sa rédaction après un redressement judiciaire. Après une campagne de *crowdfunding* et la refonte de l'offre éditoriale, les journalistes ont relancé une édition en novembre 2015.

⁴ Seuls *Le Journal du Centre* et *La Montagne* ont été étudiés dans cet échantillon.

⁵ Selon plusieurs chefs de service digital du quotidien interrogés.

⁶ Ce choix constaté pendant la période de terrain pourrait être passager puisque les tentatives des rédactions sur d'autres réseaux sociaux (Instagram, Snapchat, etc.) démontrent que les pratiques et les perceptions sont en constante évolution.

⁷ Entretien avec l'auteur, le 02/12/2015.

⁸ Région Provence Alpes Côte d'Azur.

⁹ Entretien avec l'auteur, le 01/12/2015.

¹⁰ Observatoire des NTIC et des métiers, 2002, « Le net au local », Questions de communication, 1, Presses universitaires de Nancy, p 3.

¹¹ Entretien avec l'auteur, le 04/04/2016.

¹² Entretien avec l'auteur, le 25/09/2015.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Agnès, Y., 2008, Manuel de journalisme, Paris, La Découverte.
- Anciaux, A., 2014, Réinventer l'économie du journalisme : Ouest-France et Québecor, deux essais de transformation d'une pratique discursive et des modèles d'affaires des industries médiatiques à l'ère du numérique, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université Rennes 1.
- Anderson, C., 2013, *Rebuilding the news*, Temple University Press.
- Ballarini, L., 2008, « Presse locale, un média de diversion », *Réseaux*, 2008/2, n° 148-149.
- Ballarini, L., 2010, L'espace public au-delà de l'agir communicationnel. Quatre renversements de perspective pour sortir des impasses du modèle habermassien, *Sciences de l'Homme et Société*, Université Paris VIII Vincennes-Saint Denis.
- Boure, R., Lefebvre, A., 2000, « Télévisions "locales" et territoires en mouvement. Vers un programme de recherches », *Hermès*, vol. 1, nos 26-27.
- Bousquet, F., Marty, E., Smyrnaio, N., 2013, Les nouveaux acteurs en ligne de l'information locale : vers une relation aux publics renouvelée ?, *Communication au colloque international « Le Journalisme en ligne et ses publics »*, Bruxelles, les 5 et 6 déc. 2013.
- Bousquet, F., 2014, Pour une approche globale de l'information infranationale, Mémoire pour l'obtention de l'Habilitation à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication, présenté le 7 fév. 2014.
- Canu, R., Datchary, C., 2010, « Journalistes et lecteurs-contributeurs sur Mediapart. Des rôles négociés », *Réseaux*, vol. 160, n° 2-3, pp. 195-223.
- Damian, B., Ringoot, R., Thierry, D., et Ruellan, D., 2002, *Inform@tion.local*, le paysage médiatique régional à l'ère électronique, L'Harmattan, coll. Communication et civilisation.
- Glaser, G., Strauss, L., 2009, *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Chicago, Transaction Publishers.
- Graham, T., Wright, S., 2015, A Tale of Two Stories from "Below the Line" Comment Fields at the Guardian, *The International Journal of Press/Politics*, published online 23 Apr. 2015.
- Granjon, F., Le Foulgoc, A., 2010, « Les usages sociaux de l'actualité. L'expérience médiatique des publics internautes », *Réseaux*, no 160-161.
- Le Bart, C., Lefebvre, R., 2005, "Proximité", *Mots, les langages du politique*, n° 77, ENS éditions.
- Lits, M., 1997, « Le Récit Médiatique », *Recherches en Communication*, no 7.
- Martin, M., 2002, *La Presse régionale, des Affiches aux grands quotidiens*, Paris, Fayard.
- Nielsen, R., (Éd.), 2014, *The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Observatoire des Métiers de la Presse, 2016, « Portrait Robot », <http://data.metiers-presse.org/index.php>, consulté entre août 2015 et fév. 2017.
- Pailliart, I., 1993, *Les Territoires de la communication*, Presses universitaires de Grenoble.
- Pignard-Cheynel, N., Sebbah, B., 2012, « La presse quotidienne régionale sur les réseaux sociaux. Étude de la présence des titres français sur Facebook et Twitter », *Sciences de la société*, no 84-85, pp. 171-192.
- Ringoot, R., Rochard, Y., 2005, « Proximité éditoriale : Normes et usages des genres journalistiques », *Mots, les langages du politique*, no 77, pp. 73-90.
- Ringoot, R., 2014, *Analyser le discours de presse*, Paris, Armand Colin.
- Ruellan, D., 2007, *Le journalisme ou le professionnalisme du flou*, réédition, PUG, coll. Communication, médias et société.
- Ruellan, D., 2011, *Nous, journalistes, déontologie et identité*, Grenoble, PUG.
- Singer, J. et al., 2011, *Participatory Journalism, Guarding Open Gates At Online Newspapers*, John Wiley & Sons.
- Souchier, E., 1998, « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les cahiers de médiologie*, 1998/2, no 6, pp. 137-145.
- Thierry, D. (Éd.), 2000, *Nouvelles Technologies de communication : Nouveaux usages ? Nouveaux métiers ?*, L'Harmattan Communication.
- Tonnies, F., 2010 [1887], *Communauté et société*, Paris, PUF, coll. Le Lien social.

Vers une polyphonie énonciative de proximité ?

Pages Facebook de communautés, crowdfunding et presse locale en ligne

Towards an enunciative polyphony of proximity?

Facebook pages of communities, crowdfunding and local press online

Rumo à polifonia enunciativa de proximidades?

Facebook Community Pages, crowdfunding e mídia on-line

Fr. Les journalistes de presse locale, ayant perdu en ligne le monopole de l'information territorialisée, font le constat de la diminution de leur lectorat. Face à un sentiment d'éloignement et de méconnaissance de leur audience en ligne, ils tentent de reconstruire une forme de proximité. Alors qu'ils favorisaient auparavant le réseau social Twitter, ils s'intéressent désormais à Facebook pour se rapprocher de leurs lecteurs et créer des interactions. À La Dépêche du Midi, à Nice-Matin, au Journal du Centre, au Parisien et à Mars-Actu, les journalistes interrogés ne cessent de se questionner sur le rôle du lecteur dans la fabrique de l'information locale en ligne. À travers la constitution de pages Facebook territorialisées, les journalistes de presse locale adaptent leurs pratiques afin d'adopter les genres et langages de leur audience et créer de nouvelles communautés. Par ailleurs, l'émergence et le succès d'autres pages Facebook territorialisées de type « Tu sais que tu viens de... Quand... », créées par des internautes et en interaction avec les journalistes, engagent une nouvelle façon de s'inscrire dans le local. En parallèle, les opérations de crowdfunding menées par deux des entreprises de presse étudiées positionnent encore différemment ce lectorat pour construire une polyphonie énonciative de la proximité.

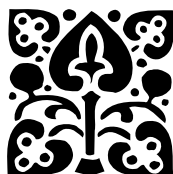
Mots-clés : Proximité, pratiques journalistiques, Facebook, interactivité, presse locale

En. Local journalists, who have lost the local news monopoly online, witness the decline of their readership. Because of a feeling of estrangement and remoteness of their audience online, they try to build new forms of proximity. Today, and instead of Twitter, they prefer to publish on Facebook and try to create territorial communities to encourage interactivity. Journalists of La Dépêche du Midi, Nice-Matin, the Journal du Centre, Le Parisien and the digital native Mars-Actu question the way they work and the reader's position. By creating territorialized Facebook pages, they adapt their practices to adopt the language of their readership to recreate a sense of community. Furthermore, the success of territorialized Facebook pages "You know you come from... When...", created by individual users who interact with journalists, promote new ways to adhere into territory. At the same time, crowdfunding operations led by two of the studied press companies propose new roles for the reader. Finally, those three motions are building a new enunciative polyphony of closeness and the locality.

Keywords: Proximity, journalistic practices, Facebook, interactivity, local press

Pt. Os jornalistas da imprensa local, após terem perdido para o on-line o monopólio da informação sobre o seu território, têm constatado a redução do seu público leitor. Por conta desse sentimento de desconhecimento e de afastamento da audiência on-line, eles têm buscado reconstruir uma forma de proximidade com o público. Se no início, eles favorecerem o uso da rede social Twitter, em seguida eles passaram a se interessar pelo Facebook como forma de se aproximarem dos seus leitores e estabelecerem interações. Nos jornais franceses La Dépêche du Midi, Nice-Matin, Journal du Centre, Parisien e Mars-Actu, os jornalistas pesquisados se questionam incessantemente sobre o papel do leitor na produção da notícia on-line local. Por meio da construção de páginas territorializadas no Facebook, esses jornalistas da imprensa local adaptam suas práticas buscando adotar os gêneros e linguagens de sua audiência, além de criar novas comunidades. Além disso, a emergência e o sucesso de outras páginas no Facebook como a « Tu sais que tu viens de... Quand... » «Você sabe que você vem de... Quando», criadas por internautas e onde eles interagem com os jornalistas, resultaram em uma nova forma de inserção no contexto local. Em paralelo, as operações de crowdfunding conduzidas por duas organizações de mídia analisadas neste estudo ainda posicionam de forma distinta o seu público leitor, construindo uma polifonia enunciativa sobre a proximidade.

Palavras-Chave: Proximidade, práticas jornalísticas, Facebook, interatividade, imprensa local



Commentaires dans la Presse Quotidienne Régionale française en ligne et politisation du local

FRANCK BOUSQUET

LERASS

Université Toulouse-3 Paul Sabatier

France

franck.bousquet@iut-tlse3.fr



Les contraintes qui président à la fabrication et à la transmission de l'information locale et régionale sont nombreuses et tendent à se multiplier. D'abord, le lien de dépendance séculaire de la plupart des journaux infranationaux envers les autorités de toutes sortes prend des formes nouvelles et plus contraignantes depuis l'avènement de la communication généralisée et avec la professionnalisation de tous les acteurs, publics et privés, en charge de sa mise en oeuvre (Miège, 1990 ; Frisque, 2010). Ensuite, la fragilité économique des entreprises d'informations entraîne la réduction du nombre de journalistes et la dépendance accrue envers les annonceurs (Bousquet et al., 2015). Enfin, les bouleversements importants concomitants au passage en ligne d'une partie de l'activité journalistique et de sa transmission, créent de nouveaux carcans et de nouvelles obligations pour les professionnels de l'information (Estienne, 2007).

Ainsi, il apparaît que le lien entre l'information et l'animation d'un débat public territorialisé (Le Bohec, 2000) ne constitue pas un axe prioritaire pour les entreprises de presse locales traditionnelles, qui préfèrent mettre en avant le journalisme de solution (Amiel, 2017), l'information service ou le développement du territoire ; directions qu'elles considèrent plus rentables. Pourtant, sur bien des territoires, le journal régional est le seul acteur professionnel à produire une information quotidienne complète

Pour citer cet article, to quote this article, para citar este artigo :

Franck Bousquet, « Commentaires dans la Presse Quotidienne Régionale française en ligne et politisation du local », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 7, n°2 - 2018, 15 décembre - December 15 - 15 de dezembro.

URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

et devrait donc, selon des auteurs comme Dewey, jouer un rôle primordial dans la construction des publics et des sujets qui les animent (1927).

La notion de public, telle qu'abordée dans le débat entre Lippmann (1925) et Dewey (1927), nous semble en effet être une porte d'entrée intéressante pour traiter de la place de l'information locale dans le débat démocratique car elle rend possible l'analyse du travail journalistique en tant qu'acteur participant à la définition des principaux enjeux qui président à la constitution de communautés de sens territorialement situées. Elle peut aussi rendre compte de la façon dont les sujets politiques se forment au niveau local. Ces questions, traitées à travers l'étude de médias ou de groupes Facebook nationaux (Servais, 2017) sont systématiquement ignorées pour les arènes locales. Pourtant, la politisation du local, à savoir l'articulation entre des questions territoriales et des valeurs de portée générale incarnées par des groupes politiques, a été une question majeure pour l'établissement du suffrage universel (Agulhon, 1970) et pour l'enracinement de la République en France (De La Haye, 1984). C'est un sujet désormais abordé par l'ethnologie politique (Vignon, 2016) mais la dimension médiatique est curieusement absente dans ce type d'études.

Ainsi, comme le souligne Dewey « *seule une interprétation inlassable et quotidienne « des nouvelles* » » peut permettre la constitution d'un public, entendu comme un ensemble d'individus d'accord sur un ensemble de questions nécessitant discussion et traitement politique (1927, p.280). Le rôle des médias d'informations, y compris à l'échelle d'une commune moyenne¹, est par conséquent primordial quant à la création de ces communautés d'interprétation.

Les sujets qui nous intéresseront sont par conséquent d'ordre politique, entendus comme tels à partir du moment où ils incluent

« la référence aux principes généraux devant régir une société ou, dans les termes de Boltanski, la montée en généralité, et la reconnaissance de la dimension conflictuelle des positions adoptées (au sens où le locuteur admet l'existence de clivages sur la question en jeu, et non pas au sens où il mobiliserait nécessairement un registre discursif revendicatif ou contestataire) » (Hamidi, 2006).

Aujourd'hui, les commentaires sur les sites de presse sont parmi les moyens d'expression les plus populaires auprès des internautes, même si le dispositif socio-technique employé les contraint et les rend peu visibles. Certains auteurs font même l'hypothèse qu'ils participent à modeler le journalisme et qu'ils ont un impact sur la sphère publique (Graham, Wright, 2015), en particulier en remettant en question les routines journalistiques (Hermida, Thurman, 2008). Pourtant, les journalistes, selon la littérature, décrivent souvent les commentaires comme agressifs, de piètre qualité, faux, non représentatifs et déplorent également qu'ils émanent de lecteurs ne payant pas pour leur travail (Bergström, Wadbring 2014 ; Aubert, 2011). Certains médias viennent même à faire disparaître la section commentaire ou à la rendre de plus en plus difficile d'accès et de moins en moins visible, favorisant de la sorte le déplacement du type d'expression qu'elle contenait vers les réseaux socio-numériques (Jouët, Le Caroff, 2013).

C'est cependant à travers l'étude des commentaires postés à la suite des articles d'un journal de Presse Quotidienne Régionale (PQR) consacrés à une petite commune française que nous voudrions tester la formation de publics locaux. Cela nous permettra de territorialiser des questionnements aujourd'hui la plupart du temps réservés à la presse nationale (Hermida et al., 2011) et de questionner la PQR par rapport à un rôle qui a été fondateur pour elle (De La Haye, 1984). Nous nous interrogerons en effet sur le type de rassemblement que ce dispositif rend possible, sur les caractéristiques de ce que les internautes partagent par son intermédiaire ainsi que sur l'influence de l'orientation éditoriale du titre de presse dans ces processus.

TERRAIN ET MÉTHODOLOGIE

Le territoire choisi pour l'étude est celui de la commune de Moissac, ville de 13 000 habitants, incluse dans une intercommunalité de 40 000 personnes et située à 80 km de Toulouse, dans le Tarn-et-Garonne, département du Sud-Ouest de la France. La période d'étude est celle des élections municipales de 2014. Il nous semble en effet qu'une période d'élections locales est particulièrement propice pour la formulation d'opinions politiques et pour l'échange d'arguments. Notre objectif étant d'observer l'existence ou la formation d'éventuels publics politiques locaux, les élections municipales, élections locales à la plus forte participation, sont par conséquent idoines.

D'un point de vue politique, Moissac a alors un maire socialiste et deux conseillers généraux Radical de Gauche. Maire depuis 1983, Jean-Paul Nunzi se re-présente pour un sixième mandat. Député socialiste à 2 reprises, il n'est, à ce moment-là, plus membre du parti mais continue à en incarner symboliquement la représentation locale. Trois listes se

présentent contre celle dont il occupe la première place.

L'une est menée par son ancien adjoint radical, démis de ses fonctions 8 mois auparavant, par ailleurs conseiller général et soutien de Jean-Michel Baylet, président du conseil général depuis 1985 et directeur de *La Dépêche du Midi* (voir infra). Cette liste comprend aussi le second conseiller général de la ville, ancien rédacteur en chef de *La Dépêche du Midi*. Elle se présente elle aussi sans étiquette apparente, même si son affiliation au Parti Radical de Gauche est largement publique.

La deuxième est une liste « Union de la droite », menée par un médecin retraité.

La troisième, avec l'étiquette « Rassemblement Bleu Marine », a comme tête de liste un ex-membre du principal parti conservateur (UMP) ayant rejoint le Front National.

La Dépêche du Midi est le seul média à construire une information journalistique quotidienne pour cette commune. Ce titre est présent sur 10 départements et fait partie d'un groupe de presse monopolistique en Occitanie puisque possédant également *Le Midi Libre* et *L'Indépendant*. Son PDG est Jean-Michel Baylet, héritier du capital politique et médiatique familial, président du Parti Radical de Gauche de 1995 à 2015, ministre ou secrétaire d'État dans les gouvernements Fabius, Rocard, Cresson, Bérégovoy et Valls, et parlementaire (député puis sénateur) depuis 1976. Le Tarn-et-Garonne, et plus encore la seconde circonscription législative de ce département, est le berceau du pouvoir familial des Baylet et leur fief électoral.

Cette situation est à la fois ordinaire et extraordinaire dans le contexte français. Ordinaire car désormais des groupes de presse de plus en plus gros se partagent le territoire de l'information infra-nationale. Ils sont chacun monopolistique sur des territoires de plus en plus importants. Extraordinaire car *La Dépêche du Midi* est le seul titre dont le propriétaire est un homme politique de premier plan qui mélange de façon systématique son activité politique et la ligne éditoriale de son journal.

Intégralement en ligne gratuitement depuis 2006, *La Dépêche* permet aux internautes de poster des commentaires à condition qu'ils enregistrent un compte. Les seules données indispensables pour s'inscrire sont une adresse électronique valable, l'indication de la commune de résidence et le choix d'un pseudonyme.

La modération du site a longtemps été effectuée en deux temps. D'abord une modération automatique et a priori bannissait les commentaires comportant certains mots clés avant qu'une intervention humaine n'intervienne. Toutes les insultes et les expressions ordurières sont interdites mais aussi certains noms propres comme celui du PDG du journal ou de ses proches. Aucun commentaire comportant les noms « Baylet » ou « Pinel² » ne peut par exemple être publié. La découverte de cette interdiction, pour le moins singulière, résulte d'une observation des commentaires et nous a été confirmée lors d'un entretien dans les locaux de *Ladepeche.fr* par la responsable de la modération. Elle serait justifiée par la violence régulière qui s'exprime dans les commentaires à l'encontre de ces deux figures majeures de la politique locale. Une charte de modération est en outre disponible sur le site. Elle n'affiche que des principes généraux (interdiction des allusions sexistes, homophobes et racistes, des messages publicitaires, des petites annonces, des liens externes, de la diffamation, de l'insulte...). Depuis 2013, donc au moment de notre étude, le marché de la modération a été confié à la société Atchik (Smyrniaios, Marty, 2017) qui a pour mission de vérifier a priori que cette charte soit bien respectée³. Une modération interne est cependant toujours possible car le contrôle final de l'édition appartient à *Ladepeche.fr*.

Pour notre étude, nous avons sélectionné 93 articles sur les 114 publiés consacrés à la commune sur le site du journal régional (tous ceux qui ont été commentés, quel que soit leur sujet) et les 528 contributions des 134 commentateurs qu'ils ont suscitées, sur la période allant du 1^{er} janvier 2014 au 23 mars 2014, que nous avons considérée comme étant celle où la campagne électorale des municipales devenait visible.

Nous avons classé les articles selon leurs thèmes et leurs éventuelles prises de position, directe ou indirecte, dans la campagne. Il nous est ainsi apparu que 6 grandes catégories d'articles pouvaient être repérées : vie municipale (articles sur les conseils municipaux, les décisions des élus et leurs conséquences ainsi que la campagne pour les élections) ; vie associative (articles sur les activités du monde associatif) ; vie économique et sociale (acteurs économiques, solidarité, agriculture, tourisme) ; sport ; commémoration ; faits divers.

Nous avons ensuite comptabilisé les citations et les photographies des différents candidats au sein de chacun des articles du corpus. Cette première étape, indispensable pour analyser les commentaires des lecteurs, nous a permis de poser le contexte du traitement de la campagne, et plus largement de l'actualité de la vie communale. Elle

nous permettra aussi de déterminer si certains articles sont plus « déclencheurs » que d'autres et d'identifier ce qu'ils « déclenchent » (Dupret, Klauss, Ghazzal, 2010).

Dans un second temps nous avons compté le nombre de commentaires et le nombre de commentateurs par article, identifié les commentaires supprimés et repéré les interactions entre les commentateurs⁴. Par la suite nous avons traité ces commentaires selon une approche qualitative, en nous inscrivant dans une démarche d'analyse de discours (Charaudeau, Maingueneau, 2002).

Nous avons ainsi choisi d'étudier les commentaires en employant des catégories qui résultent de notre questionnement. Nous les avons d'abord classés en fonction de leur positionnement par rapport à la campagne municipale. Sont-ils explicitement ou implicitement partisans ? Quelle forme prend leur prise de position et leur soutien ?

Ensuite nous les avons interrogés en fonction de leur position sur la ligne éditoriale du journal. Expriment-ils une opinion à ce sujet ? Laquelle ? Le font-ils de façon explicite (en le revendiquant) ou est-ce plus indirect ?

Nous avons également tenté de déterminer si les commentaires font un lien entre la situation et les faits locaux décrits dans les articles et un contexte général que l'on pourrait qualifier de politique –selon la définition donnée dans l'introduction– et de quelle façon : explicitement en se référant à des acteurs politiques, des instances partisans ou des programmes d'actions ; ou implicitement en rapportant des faits à des valeurs ou en mettant en lien des faits dont le rapprochement produit un sens par rapport aux débats politiques contemporains. Enfin, nous avons essayé de déterminer si une interaction peut s'observer entre les commentateurs et quelle forme elle prend : conversation, échange d'arguments, affirmation identitaire, interjection...

Notre objectif est double. D'abord il s'agit de vérifier si des communautés d'interprétation se forment, en s'accordant pour identifier des sujets de discussion donnant une signification politique à des faits ou des situations locales. Ensuite il convient d'évaluer le rôle du journal et de sa production dans ce processus. Est-il initiateur des discussions, partenaire ou prétexte ? Comment les contributeurs se positionnent-ils par rapport à lui ? Est-ce que les enjeux qui président à la création de ces éventuels publics sont les mêmes que ceux développés par les journalistes locaux et les acteurs politiques (Marty, 2015) ?

UN TRAITEMENT MÉDIATIQUE POLITIQUE ET PARTISAN

Concernant la couverture médiatique de la ville de Moissac entre le 1er janvier et le 23 mars deux éléments majeurs apparaissent : l'intérêt très fort du journal pour les sujets pouvant donner lieu à des enjeux électoraux et le caractère très partisan de l'orientation éditoriale. En effet, sur les 93 articles analysés sur la période, 54, c'est-à-dire près de 59%, sont en relation directe ou indirecte avec la campagne électorale ou ses enjeux. 41 présentent un intérêt politique directement assumé, en traitant des sujets en lien avec l'activité municipale et pouvant donner lieu à débat et à prise de position, et 13 présentent un intérêt politique caché en mettant en scène les activités ou les actions de certains candidats à l'élection dans des situations qui n'y sont pas associées. Ce premier résultat est intéressant car il va à l'encontre d'une opinion répandue quant au rôle présumé peu important de la PQR dans l'animation des débats politiques locaux (Ballarini, 2008). *La Dépêche du Midi*, du moins pour cette commune et lors de cette élection, est un acteur politique majeur.

Cependant, en corrolaire de ce constat, il apparaît que le journal de Jean-Michel Baylet est un acteur très engagé. Il prend ouvertement position pour un candidat et pose l'élection comme un duel entre deux personnes, effaçant de fait les deux autres listes. Cela transparait directement dans la question que pose un journaliste au candidat PRG dans l'un des entretiens publiés « *Dans cette campagne, on a l'impression qu'il n'y a que deux listes, celle du maire sortant et la vôtre* » (22/02/2014), et va totalement à l'encontre des cadrages nationaux qui prédisent partout des scores importants pour la droite et l'extrême droite et qui se vérifieront localement lors du scrutin.

Le soutien en direction de la liste des deux conseillers généraux se traduit de trois façons différentes : par une sur-représentation en termes de citations et de photographies, par une ligne éditoriale du journal calquée sur leurs positions, en particulier celles qui attaquent le maire sortant, et par une tribune ouverte dans les pages locales.

Ainsi, les deux candidats radicaux sont les seuls à bénéficier d'entretiens dans le journal (4 fois sur la période étudiée) et de tribunes publiées (3 fois sur la période). Ils sont aussi les plus représentés en termes de photographies, 30 fois pour la tête de liste et 16 fois pour son colistier (contre 10 photos pour le maire sortant et 1 pour chacun des deux autres candidats). Ils sont en outre les seuls à avoir des photos individuelles, les autres sont toujours au milieu d'autres personnes. Du point de vue des cita-

tions, Pierre Guillamat (tête de liste) est cité 30 fois, Guy-Michel Empociello (l'autre conseiller général) 18 fois alors que dans le même temps le maire sortant est cité 18 fois et les candidats de droite et d'extrême droite respectivement 2 et 3 fois. Ces articles, même s'ils n'abordent pas directement la campagne, mettent en scène leurs candidatures et témoignent donc d'un intérêt politique caché.

Du point de vue éditorial la prise de position est encore plus évidente. En effet sur les 18 citations impliquant le maire sortant 9 remettent en cause son action (sur le budget, le patrimoine, l'aire d'accueil des gens du voyage, la composition de sa liste...) et 9 signalent sa présence à un événement. Il est en outre à noter que ces 9 citations sont le fait de notes produites par des correspondants. Jamais les journalistes en poste, en charge de la politique éditoriale du journal, ne citent le maire socialiste pour une autre raison que pour une attaque de son action ou de sa politique. Il bénéficie en revanche, de par sa position, d'une présence dans le journal (même si elle est négative). Ce qui n'est pas le cas des candidats UMP et FN qui en sont totalement absents. Notons pour terminer que le résultat de l'élection viendra infirmer l'éditorialisation de la campagne

par *La Dépêche* en voyant le candidat de la droite classique l'emporter.

Les commentateurs

Sur l'ensemble des 93 articles mis en ligne durant les 3 mois étudiés, 528 commentaires ont été publiés par 132 commentateurs. Cependant, derrière ce chiffre global, se cache une réalité très contrastée, tant du point de vue des commentateurs que des commentaires. Nous avons d'abord identifié 4 grandes classes de commentateurs :

- les commentateurs très assidus, qui ont posté chacun plus de 20 commentaires.
- les commentateurs assidus, qui ont posté entre 10 et 20 commentaires (soit entre 1 et 2 commentaires par semaine).
- les commentateurs occasionnels, qui ont posté entre 5 et 10 commentaires.
- les commentateurs très occasionnels, qui ont posté moins de 5 commentaires.

Il convient de noter que ces chiffres ne concernent que les commentaires postés sous les articles consacrés à la ville de Moissac. Un commentateur très

Tableau de la couverture éditoriale de ville de Moissac durant la campagne municipale par la *Dépêche du Midi*.

Sujets des articles	Nombre	Candidats cités	Photos candidats	Intérêt Pol assumé	Intérêt Pol caché
Vie municipale	32	12 PRG 1 6 PRG 2 8 PS 3 FN 2 UMP	11 PRG 1 5 PRG 2 4 PS 1 UMP 1 FN	32	0
Vie économique et sociale	14	7 PRG 1 7 PRG 2 1 PS	8 PRG 1 7 PRG 2	6	4
Vie associative	21	3 PRG 2 8 PRG 1 6 PS	10 PRG 1 4 PRG 2 6 PS	2	6
Sport	10			0	1
Commémoration	2	2 PRG 2 1 PRG 1 1 PS	1 PRG 3 (JM Baylet)	0	1
Faits Divers	14	2 PRG 1	1 PRG 1	1	1
Total	93	30 PRG 1 18 PRG 2 18 PS 3 FN 2 UMP	30 PRG 1 16 PRG 2 10 PS 1 UMP 1 FN	41	13

occasionnel sur cette page peut être très assidu sur l'ensemble du site du journal.

Dans la première catégorie nous ne retrouvons que 4 commentateurs : Ozaguay avec 84 commentaires ; JD82200 avec 47 commentaires ; Noelledemoissac avec 42 commentaires et Patrice Charles avec 22 commentaires. Notons que ce dernier n'emploie pas de pseudonyme et qu'il s'agit de la tête de liste Front National aux élections municipales. Dans les autres catégories nous avons 7 commentateurs à plus de 10 commentaires, 5 entre 5 et 10, 8 avec 4 commentaires, 7 avec 3, 17 avec 2 et enfin 84 personnes n'ont posté qu'un seul commentaire sous les articles consacrés à la ville de Moissac. Ces résultats confortent les études qui démontrent qu'une minorité de lecteurs en ligne participent, mais qu'ils sont très actifs (Norris, 2001 ; Rebillard, 2007 ; Smyrnaio, Marty, 2017).

Du point de vue des sujets, un fort déséquilibre se remarque également entre les articles les plus commentés et les autres. Ainsi 59 sujets ne comportent qu'entre 1 et 5 commentaires, 34 entre 5 et 10 et 14 sujets seulement sont commentés plus de 10 fois. Là encore nous reviendrons sur les raisons pouvant expliquer ces différences, mais nous pouvons d'ores et déjà noter que les sujets les plus commentés sont ceux qui concentrent le plus de commentateurs occasionnels et très occasionnels pour les pages consacrées à la commune.

Pour procéder à l'analyse de ces chiffres nous avons étudié les commentaires en essayant de comprendre les positionnements des commentateurs et en utilisant le cadrage développé plus haut. Plusieurs résultats nous semblent devoir être soulignés. Tout d'abord il convient de noter que les commentateurs les plus assidus sont clairement impliqués dans le débat municipal. Ainsi, parmi les 11 principaux commentateurs, 10 d'entre eux peuvent être clairement identifiés comme des soutiens à des listes, voire comme partie prenante à l'élection⁵. Cinq d'entre eux ont accepté de nous rencontrer pour évoquer leurs pratiques de commentateurs durant l'élection. Ils ont été d'une façon ou d'une autre partie prenante de la campagne (présence sur une liste, distribution de tracts, conjoint sur une liste, membre d'un parti impliqué dans la campagne). Il est vrai que lors de cette élection municipale ce ne sont pas moins de 132 candidats qui étaient présents sur les 4 listes. Seul Jean Mouclade, parmi les commentateurs à plus de 10 commentaires, ne peut pas être caractérisé par ses prises de position dans la campagne municipale⁶.

Deux commentateurs à plus de 40 *posts* se réclament ouvertement de l'UMP et l'un d'entre eux était

d'ailleurs candidat sur la liste d'union de la droite. Le PRG pouvait compter sur deux commentateurs, l'un à 18 *posts* et l'autre à 12. Les soutiens du FN étaient au nombre de trois, dont la tête de liste réagissant sans pseudonyme (22, 18 et 10 *posts*). Enfin le maire socialiste sortant avait pour soutien trois commentateurs, dont le principal contributeur, 81 *posts* sur la période. Les 3 principaux commentateurs, en dehors du candidat FN, font partie de ceux que nous avons identifiés et nous pouvons remarquer qu'ils ne s'expriment par ailleurs pas dans l'espace public local⁷, même s'ils sont régulièrement présents dans les réunions politiques.

Nous nous sommes également aperçu que le type d'article, selon la classification présentée plus haut, n'était pas déterminant quant à la teneur des commentaires, à l'exception de ceux traitant de faits divers. L'identité des commentateurs est en revanche bien plus importante car il s'avère que leurs contributions successives s'organisent quasi systématiquement autour d'une même thématique. Deux communautés distinctes sont présentes et ne se rencontrent que rarement. La première est caractérisée par sa connaissance affichée du contexte local et surtout des candidats à l'élection municipale ; la seconde n'intervient que sur un seul type de sujet et propose une interprétation nationale des événements locaux. Les contributions s'organisent ainsi autour de trois grandes thématiques :

- la volonté de compléter l'information, voire de révéler des faits que l'on ne trouve pas dans les colonnes de *La Dépêche du Midi*, mais toujours avec un objectif partisan.
- l'opposition à la ligne éditoriale du journal, en particulier à son parti-pris politique.
- la réaction aux faits-divers.

Avant de commencer l'analyse des commentaires il faut d'abord revenir sur les pratiques de modération du journal qui vont au-delà de ce qui est affiché comme constituant les règles de participation.

Ainsi, durant la campagne des municipales, de nombreux commentaires respectant la charte mais au contenu politique en contradiction avec la ligne du journal seront effacés. Nous avons en effet effectué une sauvegarde plusieurs fois par jour des articles et des commentaires et nous avons comptabilisé 57 commentaires supprimés, la plupart respectant en tous points la charte⁸. Il s'agit toujours de commentaires remettant en question la politique du Conseil Général, l'action et le comportement des candidats radicaux aux élections municipales ou la ligne éditoriale partisane de *La Dépêche*. Ce commentaire du 31/01/2014 est par exemple posté à 8h43 et a disparu à 10h57 : « P. Guillaumat est satisfait, il enregistre

qu'il va y avoir UNE embauche à Moissac. Par contre sous la rubrique de Lizac, il y a l'annonce d'un spectacle qui a lieu ce soir au Hall de Paris : c'est un spectacle de la ville de Moissac, mais il est vrai que la culture fait peur au poulain de la DDM et qu'il ne faut pas trop en parler » sur « Les conseillers généraux visitent les ateliers de Gillis Aéro en compagnie de Serge Dumas ». La modération pour des raisons de politique locale est donc une pratique constatée par nos observations mais qu'aucun acteur du journal n'a souhaité expliquer. Les commentateurs s'en sont souvent émus « *Un de mes deux commentaires a disparu. On se croit en URSS. Pas droit à la parole si on émet des doutes réels sur cette équipe. Bravo cet esprit démocratique* » unjeunequivoteamoissac, 23/02/2014, 8h09, sur « Pierre Guillamat, une seule liste d'avenir, la nôtre » (22/02/2014).

Cette pratique doit bien sûr être prise en compte pour comprendre la réaction des commentateurs les plus assidus qui interviennent sur la situation locale car ils en sont les principales victimes.

CORRIGER ET COMPLÉTER LE JOURNAL

Le premier enseignement à tirer de l'examen de l'ensemble des commentaires est la volonté de transmettre des informations que les commentateurs assidus estiment ne pas être traitées par le journal. Ainsi, ceux qui sont visiblement insérés dans le contexte local, utilisent l'espace qui leur est offert par *La Dépêche du Midi* pour communiquer des éléments concernant la commune et particulièrement sa vie politique et ses enjeux. Deux thématiques principales ont été repérées. Il s'agit d'abord de l'évocation du bilan des mandatures municipales précédentes, qui peut être faite de façon positive, mais qui le plus souvent insiste sur des points négatifs pas forcément mis en avant par *La Dépêche du Midi* (de nombreux *posts* émanant des soutiens de la liste UMP insistent par exemple sur la dette de la ville⁹) :

« *le déficit est maintenant de près de 12 à 15 millions d'euros : il n'était pas responsable du budget grand corps malade* » Noelle de Moissac, 16/01/2014, 12h51 sur « Pierre Guillamat : La campagne se poursuit ».16/01/2104

Il s'agit dans la plupart des cas d'opinions même si les chiffres mentionnés dans le *post* précédent sont exacts et ne sont jamais mentionnés dans les colonnes du journal. Ils sont en revanche présents sur les documents de propagande de la liste UMP.

On trouve ensuite plusieurs comptes rendus de la campagne en train de se dérouler. Ces derniers présentent des points qui ne sont pas, ou pas assez précisément, présentés par les journalistes aux yeux

des commentateurs engagés. Il s'agit par exemple de descriptions de réunions publiques ou bien d'épisodes de campagne passés sous silence par le journal.

« *je suis allé ce soir à la réunion de la droite de Moissac au Centre Culturel. Grande surprise : j'ai compté 151 personnes desquelles il fallait enlever 33 colistiers. 118 personnes dont je fais partie et qui ont assistés à une vraie info, dynamique et faite par des intervenants compétents...* » (unjeunequivoteamoissac, 28/02/2014 14h26, sur « Le chasselas reste le meilleur ambassadeur de la ville », 28/02/2014

Le principal élément factuel et vérifié ayant trait à cette campagne, et que ni *La Dépêche du Midi* ni les différents documents de propagande n'ont évoqué, est l'accident vasculaire cérébral dont a été victime le candidat du PRG au début du mois de janvier. Cet événement qui l'a tenu éloigné de la ville durant plus d'un mois a ainsi été largement mis en avant par les commentateurs qui ont participé à publiciser ce qui était, à ce moment-là¹⁰, nié par l'entourage du candidat.

« *Suivant mes sources, G. a fait un AVC en janvier, suivi d'une hospitalisation. Pour l'avoir vu il y a 15 jours, il est fatigué et ne tient pas la longueur, ce qui est normal après un AVC. Je vais voter et je veux savoir si votre candidat est encore en état physique* » (JD82200, 04/03/2014, 19h57 sur « La créance du Lutosa toujours en question » 04/03/2014)

« *Belle photo du revenant mourant* » Noelle de Moissac, 19/01/2014 9h01 sur « Dernier vœux de la mandature », 19/01/2014

Les commentaires de ces internautes témoignent donc d'abord d'une intention de dévoilement à l'égard d'informations qui sont volontairement cachées par le quotidien régional mais aussi d'une visée de contre-propagande à l'égard d'un journal jugé trop partisan. Beaucoup de commentateurs remettent ainsi en cause la ligne éditoriale du journal et tentent de « *rectifier son discours* » pour reprendre le constat de Laura Calabrese (2014).

L'OPPOSITION À LA LIGNE ÉDITORIALE : LE RADICALISME EN QUESTION

Il apparaît en effet que, si l'on comptabilise les thèmes traités par les commentateurs les plus assidus localement, on s'aperçoit rapidement que la principale

raison de contribuer réside dans l'opposition à la ligne éditoriale du journal. Ainsi, sous 55 articles sur 93, on repère des commentaires critiquant ouvertement *La Dépêche du Midi* et sa façon de traiter l'actualité locale. De même, on retrouve 50 articles sous lesquels ont été postés des commentaires remettant en cause le positionnement politique du PRG, ses candidats ou l'action du président du Conseil Général de Tarn et Garonne par ailleurs PDG du journal. Cela se fait le plus souvent par des moyens détournés ou grâce à l'obstination¹¹ pour éviter de voir son texte disparaître ou ne pas être publié.

« et pourquoi le prendre lui en photo ? il n'est pas maire, il n'est pas adjoint, il est juste simple conseiller : ah oui, j'oubliais, *La Pravda* » (jd82200, 19/01/2014 18h16 sur « Derniers vœux de la mandature »).

« A Moissac parce que le candidat de la DDM a suspendu ses activités électoralistes, suite à un coup de pompe où la pompe en a pris un coup, la conséquence directe est la disparition de toute autre information sur la ville, sauf le sport ou à la rigueur la sécurité. C'est une conception de la déontologie journalistique qui n'a d'égale que la sérénité des radicaux à œuvrer dans un cadre de saine vérité » Ozaquay, 13/01/2014 13h09 sur « JL Jun transmet toujours sa passion du Judo », 12/01/2014.

La permanence d'un courant radical dans le Tarn-et-Garonne et singulièrement dans la seconde circonscription législative de ce département est une singularité politique que nous ne pouvons ni analyser ni remettre en perspective dans le cadre de cet article mais qui exerce une influence majeure sur la situation politique locale et par conséquent sur les positionnements que nous pouvons observer. *La Dépêche du Midi* étant liée organiquement par la personne de son PDG à ce mouvement, ce contexte structure les interventions de beaucoup d'internautes au courant du contexte local.

Ces deux premiers thèmes s'inscrivent parfaitement dans les analyses faites par ailleurs sur le méta-discours produit par les internautes qui corrigent, critiquent, complètent et prennent de la distance avec la production journalistique (Calabrese, 2016).

Les références à la déontologie journalistique, mais aussi au journal soviétique *Pravda* sont fréquentes et partagées par presque tous les commentateurs assidus. Il convient d'ailleurs de noter que malgré leur soutien à des listes différentes pour cette élection municipale, l'ensemble de ces commentateurs (à l'exception de ceux qui soutiennent les candidats radicaux) se retrouvent fréquemment

sur des positions similaires dans la critique du journal. Il est même notable que les quelques échanges qu'ils entament les uns avec les autres s'achèvent tous sur une sorte de consensus pour critiquer la ligne éditoriale du journal.

Notons enfin qu'un dialogue existe entre ces 11 commentateurs (y compris les 2 soutiens du PRG) et que, en dépit de quelques invectives, il se déroule avec des efforts d'argumentation. Ces efforts argumentatifs semblent cependant plus destinés à convaincre les éventuels lecteurs que les autres commentateurs.

Néanmoins, le nombre très réduit de participants ne nous permet pas de parler de public. En outre, la discussion, même plutôt cordiale et argumentée a lieu entre des personnes engagées et soutenant une liste. Aucun ne change d'avis. Ils participent d'abord avec pour objectif de convaincre des électeurs et de dénoncer le discours partisan du journal. Ils partagent tous, hormis les 2 commentateurs radicaux, la même position sur la ligne éditoriale du journal et déplorent l'hégémonie politique du PRG sur le département.

Il est cependant nouveau, et ce n'est pas l'un des moindres apports de la section commentaires, d'apercevoir une polyphonie énonciative politique sous la bannière de *La Dépêche du Midi*, même en ligne, parfois censurée et dans un espace subalterne.

LA POLITISATION PAR LE COMMENTAIRE DES FAITS DIVERS

La grande majorité des commentateurs (tous ceux ayant posté moins de 5 fois sur la période dans les pages Moissac) n'ont pris aucune position sur la campagne municipale en tant que telle. Ils ont en revanche tous réagi sur un même type de sujet. Ainsi on retrouve les *posts* de la quasi-totalité de ces commentateurs sous des faits divers relatant des vols et des agressions, le plus souvent pour les déplorer et pour insister sur leur impression de dégradation de la sécurité sur le territoire.

L'ensemble de ces contributeurs se mobilisant sur les faits divers est constitué de commentateurs que nous avons classés comme occasionnels¹² mais la plupart sont très impliqués sur l'ensemble du site (Monterosso : 1174 commentaires ; Homosapiens : 8755 commentaires ; LGR : 1868 commentaires ; Agnostique : 1063 commentaires ; Aergselrahc : 1788 commentaires ; Roberto : 1217 commentaires ; Xavi31 : 3045 commentaires). Il est impossible de tirer des conclusions trop générales mais il semble qu'il existe un ensemble de commentateurs spéciali-

sés dans les faits divers, qui interviennent quel que soit le territoire concerné.

Un article sur un fait divers relatant une altercation entre un présumé voleur et une personne ayant pris l'initiative de le suivre dans la rue alors qu'aucun acte délictueux n'avait été commis a ainsi recueilli 51 commentaires de 42 contributeurs différents, tous ou presque défendant l'apprenti détective¹³ :

« Dès qu'il se passe un problème de ce genre où que se soit il ne faut rien faire et baisser les bras de peur de donner de la vivacité au FN. Pour le moment la justice en France est pourrie et inefficace et si ça continue les gens s'organiseront et créeront leur propre milice ». apollo14, le 25/01/2014

« L'agresseur relâché le lendemain

UNE HONTE ! ON PEUT IMAGINER LA PEUR DES VICTIMES !!! »
peggsue, le 23/01/2014

« Il serait enfin temps de réagir après des mois statiques.....!!!!!!! »
Homosapiens (8755 commentaires)
le 22/01/2014

« Ça suffit en centre fermé ! Et comme cadeau pour les 18 ans : au trou! »
Agnostique (1063 commentaires)
le 22/01/2014

« ceci n'est pas de la pub pour le FN mais juste une réalité de la vie de tout les jours pour certaines personnes mais que certains bobos ont du mal à admettre, pourtant les chiffres sont la et personne ne fait rien...pauvre France »
purvillefrancois, le 22/01/2014

« Voilà un exemple clair de la justice en France avec ces jeunes voleurs violents identifiés et libres. Comment voulez vous vous sentir en sécurité ?

Comment voulez vous faire confiance a la police et a la justice ? La situation est grave et je finis par comprendre les personnes qui n'interviennent pas lors de violence. L'état est fortement coupable. »
xavi31 (3473 commentaires)
le 22/01/2014

« c'est regrettable de voir que l'agresseur soit déjà en liberte et qu'il risque de se venger »
wistiti1200 (5843 commentaires)
le 22/01/2014

De même, sur les 10 autres articles ayant recueilli plus de 10 commentaires, 5 sont des faits divers relatant, qui un vol de pelle mécanique, qui la dégradation du bras d'une statue de vierge, ou qui l'interpellation d'un conducteur ivre....

Plusieurs traits intéressants sont présents dans les exemples sélectionnés ci-dessus et sont significatifs quant à la façon dont ces commentaires sont construits :

- ils s'inscrivent pour la plupart d'entre eux dans le registre de l'émotion. Que ce soit la compassion, la peur, l'indignation ou la colère, les émotions sont systématiquement convoquées. L'utilisation des points d'exclamation, des phrases courtes et des majuscules en est une illustration.
- ils sont également rattachables au registre de la spontanéité. Il ne s'agit pas de *posts* argumentés ou appelant une réponse. Ils sont présentés comme une réaction spontanée.

Ces deux caractéristiques correspondent à celles décrites par Michael Schudson lorsqu'il évoque le modèle de conversation fondé sur la sociabilité, qu'il oppose à celui s'attachant à la résolution de problèmes (1997). Ce modèle repose sur l'expression publique et le partage d'opinions par l'intermédiaire de la mise en avant d'émotions.

Ces commentaires ne donnent en outre aucune information, ni ne remettent en question la ligne éditoriale du journal. Ils ne prennent pas non plus partie dans la campagne électorale. S'ils citent un parti politique, le Front National, c'est pour ne pas s'en réclamer ouvertement (« ceci n'est pas une pub pour le FN ») ou pour souligner la peur qu'il inspirerait aux pouvoirs publics (« baisser les bras de peur de donner de la vivacité au FN »). On comprend bien cependant que ces commentateurs ont conscience de développer les thèmes qui sont ceux du Front National, mais ils refusent d'en porter l'étendard. On retrouve là l'un des traits caractéristiques des discours sur « les bonnes questions » que poserait ce parti d'extrême droite, que l'on peut analyser comme une légitimation par la bande.

Beaucoup de ces commentateurs qui interviennent sur les faits divers pour déplorer l'insécurité sous-entendent en outre, plus ou moins directement, que ces phénomènes doivent être liés à la présence de présumés étrangers :

« si on en sulfate un, il y a marche blanche, alors il faudrait qu'il y ait beaucoup de marches blanches »
bookerjijn, 22/01/2014, 8h47 sur « Surpris en plein cambriolage, ils

brisent les vitres de la voiture du témoin »
22/01/2014

« *moissac, même dans l'aveyron on connaît. C'est bien là où se trouve le marché du chameau et des babouches* » purvillefranchois, 29/01/2014 13h10 sur « Un agent recenseur se fait voler sa sacoche », 29/01/2014.

« *comme ça ils pourront continuer leurs méfaits et doivent bien rigoler entre eux* » nordique, 24/01/2014 10h28 sur « L'agresseur de la cité du Maroc ira en justice »¹⁴, 22/04/2014.

« *Pauvres gens, ne croyés pas que cela va s'arranger, malheureusement avec les nouvelles lois de notre ministre de la justice (vous la connaissez j'espère)il en faudra des grosses bêtises pour qu'ils soient bien sanctionnés, et sa eux ils l'ont bien entendu* ». Tarzan47, sur « Surpris en plein cambriolage, ils brisent les vitres de la voiture du témoin » le 22/01/2014

La première remarque relative à cette série de *posts* concerne le caractère identitaire des pseudonymes : « purvillefranchois » se référant assez explicitement à une origine exempte de tout métissage, « Nordique » se définissant en opposition aux populations venant du Sud et « Tarzan47 » associant un département avec un héros blanc évoluant dans un environnement hostile car non civilisé.

L'assimilation de la délinquance aux populations étrangères est totalement assumée et n'est même presque plus du registre de l'implicite même si elle fonctionne toujours en utilisant le registre de l'allusion. Il est intéressant de noter que sur aucun des articles commentés il n'est fait mention des délinquants, ni par leur origine, ni par leur nom. L'assignation identitaire se fait pourtant quasi automatiquement dans la section commentaire. Celui de « purvillefranchois » sous un article mentionnant un vol dont le journaliste ne sait rien à part qu'il a eu lieu est à ce titre exemplaire. Il lui suffit de caractériser la ville par une référence fantasmée à la présence d'un marché identique à ceux de l'Afrique du Nord pour que ce fait divers prenne une caractéristique nouvelle : « *là où se trouve le marché du chameau et des babouches* ». Selon François Rastier, qui propose des critères d'identification des sites racistes, « *l'allusion* », comme « *l'euphémisation témoigne* », à l'intérieur de ces sites « *que nous sommes sous le régime de la censure mais que nous pouvons la contourner* » (2006, p.82).

Ces commentaires activent aussi un clivage entre « eux » et « nous » : « *si on en sulfate UN* », « *ILS pourront continuer leurs méfaits* », « *et sa*

(sic !) *EUX, ils le savent bien* ». Jamais il n'est fait une référence directe à l'identité ethnique, cependant l'ensemble du paratexte et du contexte amène le lecteur à comprendre à qui « *ils* », « *eux* » et « *un* » font référence. D'abord ils sont différents du rédacteur du message qui, à travers son pseudonyme, se décrit lui-même avec des références identitaires, ensuite ils sont lus dans un ensemble de commentaires tels ceux de « Purvillefranchois » beaucoup plus explicites sur le sujet, et enfin ils s'inscrivent dans un espace public national où les succès électoraux du FN sont très présents et où les discours d'assignation d'identité en fonction des origines ethniques réelles ou supposées sont devenus courants. Cette opposition entre « eux » et « nous » est, elle, aussi caractéristique des discours racistes (Rastier, 2006).

Plus étonnant, car a priori interdit par la charte de modération, mais aussi par la loi, l'appel détourné à la violence est présent dans certains commentaires. Celui de « Bookerijn » sur « *les marches blanches* », dont il déplore la rareté, démontre parfaitement que certains commentateurs parviennent à contourner la barrière de la modération. Nous n'avons malheureusement pas pu avoir accès aux messages modérés a priori, qui, même s'ils ne rentraient pas dans notre corpus, auraient pu nous en apprendre davantage sur l'importance quantitative de ce type de message, sur leurs auteurs et sur les éventuelles stratégies de contournement dont pourraient témoigner les messages publiés.

Centrées sur l'insécurité et la dénonciation d'une présence étrangère trop nombreuse, ces contributions épousent les thématiques popularisées par l'extrême droite française depuis plusieurs décennies. Deux types d'hypothèses, plus complémentaires qu'opposées, peuvent être avancées pour analyser cette situation.

La première concerne la ligne éditoriale de la PQR dont on sait qu'elle fait la part belle aux faits-divers (Berthaut, Darras, Laurens, 2009). La construction idéologique de l'extrême droite reposant en partie sur l'exploitation et la circulation de faits-divers tendant à démontrer par l'exemple la situation d'insécurité en France et le laxisme des autorités, celle-ci la rencontre et s'en nourrit sans difficulté.

L'extrême proximité de certains commentateurs, qui se spécialisent en faits-divers, leur façon de ne jamais endosser des habits partisans mais simplement de s'indigner et de compatir, nous engage à nous demander s'il ne serait pas possible de leur assigner une identité partisane et d'interpréter ces commentaires comme le résultat d'une stratégie. Si tel était le cas nous serions donc face à une offensive parti-

culièrement habile de certains individus, politisant volontairement le local par l'intermédiaire de faits quotidiens. Cette expression est cependant beaucoup plus policée que ce que la recherche contemporaine a identifié comme étant celle des militants d'extrême droite quand ils s'expriment librement (Bo, 2015 ; Hobeika, Villeneuve, 2017). En outre, il s'agit ici clairement d'une utilisation de l'information médiatique et non d'une pratique de ré-information telle que la met en œuvre l'extrême droite contemporaine (Voirol, 2017).

L'accumulation des faits-divers accompagnée des interprétations des commentateurs propose ainsi une démonstration politique des thèses de l'extrême droite, sur un média classique et débarrassée des excès de langage habituellement constatés.

CONCLUSION

Il nous semble que ces résultats permettent d'apporter quelques éclairages à notre questionnement sur la constitution de publics locaux et sur la politisation de la vie locale. Deux groupes de commentateurs, entretenant entre eux des rapports bien distincts sont visibles dans la section commentaires de *La Dépêche du Midi* pour la commune de Moissac.

Le premier est constitué par un ensemble de commentateurs qui partagent deux caractéristiques : une bonne connaissance de la vie politique locale, voire une implication dans son fonctionnement pour certains d'entre eux, et une capacité à se reconnaître dans le jeu politique partisan national. Ainsi ces lecteurs du journal en ligne échangent sur la campagne municipale en nourrissant leurs commentaires de leurs connaissances du terrain et de leurs observations. Ils interviennent quasi quotidiennement et sur tous les articles publiés, quel que soit le sujet.

Ils sont ainsi en capacité d'apporter des compléments au traitement de la campagne de *La Dépêche* et ils remettent fréquemment en question sa ligne éditoriale. Il est cependant à noter que le type de commentaire qu'ils postent sur la campagne municipale personnalise fortement l'élection. Ils construisent par conséquent un cadre interprétatif de l'élection qui se rapproche de celui que la science politique qualifie de « course de chevaux » en faisant référence au rôle des sondages et de leur utilisation par les médias (Lehingue, 2007). Pour eux il s'agit bien d'une lutte entre 4 personnalités. De ce point de vue-là, ils sont donc en accord avec les cadrages médiatiques dominants (Marty, 2015) même s'ils s'insurgent contre le traitement de la campagne par le journal.

Ces individus sont ceux qui fréquentent les réunions publiques, le monde associatif, les partis politiques. Ils sont insérés dans la vie locale et pourraient être qualifiés d'autochtones selon la terminologie de la science politique (Retiere, 2003 ; Mischi, Renahy, 2008). Ils représentent un tout petit groupe de commentateurs (entre 10 et 15) qui sont en capacité d'articuler les niveaux locaux et nationaux en terme de politique partisane. Chacun défend une liste et est capable d'argumenter une montée en généralité à partir de la situation locale. Il n'est pas du tout inattendu de retrouver ce type de personnes, idéal-typique par rapport aux représentations que les journalistes eux-mêmes se font de leurs lecteurs (Bousquet, Marty, Smyrniaos, 2015). Ce groupe de commentateurs est cependant très réduit et utilise principalement la section commentaires comme une tribune. Il ne rencontre donc que difficilement la notion de public. Il s'oppose nettement au second groupe, caractérisé par une relation plus médiatisée et lointaine avec le contexte politique local.

Ainsi le second groupe que l'on a observé est moins attendu. Tout d'abord il est beaucoup plus nombreux, constitué pour les pages que nous avons étudiées par une centaine de personnes¹⁵. Ensuite il n'intervient que sur certains sujets très précis, les faits divers. Il ne témoigne pas d'une connaissance fine du contexte local, voire, dans la plupart des cas, il est possible de déceler une absence complète de savoir sur la situation politique, sociale ou économique de la commune. Il ne connaît pas non plus les candidats locaux à l'élection. Aucun d'entre eux n'est cité dans les *posts* de ces commentateurs. Le registre des interventions est plus émotionnel, il ne recherche pas l'argumentation et se contente de la compassion envers les victimes de vols ou de violence et de l'indignation vis-à-vis de ceux qui commettent des actes délictueux. Ce groupe s'inscrit pleinement dans une vision de l'actualité et de son commentaire marqué par le pathos et la vie quotidienne. En apparence, ces commentateurs qui se répondent fréquemment, semblent ne partager que leurs émotions et une vision de la réalité très « terre à terre ». Pourtant eux aussi opèrent à une montée en généralité, moins, voire non revendiquée, et à une articulation entre des faits locaux et une situation nationale qui permet une politisation forte du local. Cette politisation rencontre en France les thématiques de l'insécurité et de l'inquiétude identitaire, qui sont le fonds de commerce du Front National dans le débat politique national mais infusent de plus en plus dans le discours d'autres partis. Le public observé dans ces commentaires n'est pas caractérisable territorialement mais il se retrouve sur le local, se nourrit du local, avec les implications en termes de proximité (Le Bart, Lefebvre, 2005) et de quotidienneté que cela comporte. Proche à pre-

mière vue du « Public fantôme » de Lippmann, éloigné de la complexité politique, ce groupe constitue pourtant une communauté partageant une préoccupation centrale qu'il exprime de façon récurrente et construit dans l'interaction. Ainsi à travers ses commentaires sur les faits divers, ce groupe prend position et propose une clé politique de compréhension d'un monde complexe.

Nous sommes donc en face de groupes de commentateurs, tous deux capables d'opérer une politisation de l'actualité de cette commune mais selon deux logiques très différentes. La première correspond aux canons de l'interprétation de la vie politique locale en terme d'autochtonie, que la recherche contemporaine décrit comme en voie de disparition (Retiere, 2003) et la seconde, que nous ne nous attendions pas à rencontrer, est capable d'ancrer la vie locale dans une vision du monde nationale voire internationale avec des embrayeurs de sens (Georges, 2009) construits autour des faits divers et de la vie quotidienne.

Ce résultat doit être mis en perspective avec ce qu'écrit G. Carbou à propos du rôle important que

peuvent jouer les espaces de commentaires pour la constitution de publics de commentateurs mais aussi et surtout de lecteurs :

« Nous avons ainsi plutôt affaire à des arènes discursives où les points de vue se construisent, se renforcent, et se perpétuent. Le simple lecteur des commentaires y affermit – ou y découvre – une vision du monde consistante et le contributeur y éprouve la satisfaction de l'intersubjectivité. » (2015, p. 196).

Cette politisation du local mériterait par conséquent d'être approfondie par une étude systématique des commentaires de l'intégralité des pages locales de ce site et de ceux d'autres représentants de ce type de presse car elle pourrait jouer un rôle important dans la constitution des enjeux politiques locaux.

Date de soumission de l'article : 30 mars 2017

Date d'acceptation : 14 juin 2018

NOTES

¹ A partir du moment où la taille du territoire concerné implique qu'il ne peut y avoir de relations interpersonnelles et de rencontre entre tous ceux qui en font partie, les médias sont l'un des acteurs majeurs de la formation des publics (Dewey, 1927).

² D'abord directrice de cabinet du Conseil Général de Tarn et Garonne, puis député de la seconde circonscription de ce département, Sylvia Pinel est devenue ministre des gouvernements Ayrault et Valls et a également succédé à J-M Baylet comme présidente du Parti Radical de Gauche.

³ Un document interne, édictant et rentrant dans les détails des règles de la modération que la société Atchik s'engage à appliquer, lie les deux partis, mais il nous a été impossible d'y accéder.

⁴ Il faut noter qu'il n'y a aucune interaction avec les journalistes, ceux-ci n'intervenant jamais dans les commentaires malgré plusieurs interpellations.

⁵ Notre connaissance du contexte local et de ses acteurs nous a permis d'identifier plusieurs commentateurs. 6 ont confirmés qu'ils étaient bien les auteurs des commentaires et 5 ont accepté de nous rencontrer, en juillet 2016, soit plus de 2 ans après l'élection. La plupart (3 sur 6) ont par ailleurs cessé de commenter et les autres ne le font qu'à une fréquence beaucoup plus espacée.

⁶ Il faut savoir qu'une quinzaine de commentateurs empruntant le nom de « Mouclade » mais avec des prénoms divers participent sur l'ensemble du site de *La Dépêche du Midi* en intervenant tous azimuts et de façon délibérément humoristique. Leur objectif est visiblement celui de se moquer à la fois des articles et des commentaires. Un exemple, sous la photo de l'ensemble de la liste du candidat radical présentée dans *La Dépêche du Midi*, le commentaire de Jean Mouclade était : « Pas une seule quenelle sur la photo. Bravo. » (commentaire du 22/02/2014). Ainsi le commentateur « Jean Mouclade » intervient généra-

lement sur les articles concernant le Tarn-et-Garonne alors que d'autres « Mouclade » sont actifs sur d'autres territoires. Il est parfois pris à parti par les autres commentateurs qui lui reprochent son manque de sérieux, mais il intervient régulièrement sur tous les sujets les plus commentés.

⁷ Par l'intermédiaire des médias, dans des réunions publiques ou sur les réseaux socio-numériques.

⁸ Cela représente pourtant déjà plus de 10% du total des commentaires publiés.

⁹ Il convient de noter que ce sujet n'est pas évoqué par le candidat radical car il était l'adjoint aux finances du maire socialiste jusqu'à la fin de l'année 2013. *La Dépêche du Midi* évite donc aussi ce sujet.

¹⁰ Le candidat lui-même a reconnu cet AVC après la fin de la campagne.

¹¹ Ainsi, un même commentaire de Noelle de Moissac a été posté plus de 12 fois, il a 11 fois été supprimé mais est resté sur le site la 12ème fois, utilisant une tactique bien décrite par Smyrnaio et Marty dans leur article sur les « nettoyeurs du net » (2017).

¹² Car ils n'interviennent qu'une fois ou deux dans la rubrique de cette commune.

¹³ « Surpris en plein cambriolage, ils brisent les vitres de la voiture du témoin », 22 janvier 2014.

¹⁴ La « Cité du Maroc » est un quartier de la ville nommé ainsi car construit après un don du roi du Maroc faisant suite à des inondations destructrices en 1930. Rien à voir donc avec l'origine de l'agresseur présumé.

¹⁵ Chiffre qu'il convient cependant de relativiser car ces commentateurs interviennent sur l'ensemble du site et non sur les seules pages d'une ville comme les précédents.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Agulhon, M., 1979 [1970], *La République au village. Les Populations du Var de la Révolution à la Seconde République*, Paris, Le Seuil.
- Amiel, P., 2017, « Le journalisme de solutions », *Communication* [En ligne], vol. 34/2, consulté le 20 oct. 2017, <http://communication.revues.org/7226>.
- Aubert, A., 2011, « Le participatif perçu par les professionnels du journalisme : état des lieux », *Les Cahiers du journalisme*, no 22-23, pp. 42-55.
- Ballarini, L., 2008, « Presse locale : un média de diversion », *Réseaux*, no 148-149, pp. 405-426.
- Bergström, A., Wadbgiring, I., 2014, « Beneficial Yet Crappy: Journalists and Audiences on Obstacles and Opportunities in Reader Comments », *European Journal of Communication*.
- Berthaut, J., Darras, E., Laurens, S., 2009, « Pourquoi les faits divers stigmatisent-ils ? L'hypothèse de la discrimination indirecte », *Réseaux*, no 157-158, pp. 89-124.
- Boczkowski, P., Mitchelstein, E., 2012, « How Users Take Advantage of Different Forms of Interactivity on Online News Sites : Clicking, E-Mailing, and Commenting », *Human Communication Research*, vol. 38, no 1, pp. 1-22.
- Bousquet, F., Marty, E., Smyrnaiois, N., 2015, « Les nouveaux acteurs en ligne de l'information locale : vers une relation aux publics renouvelée ? », *Sur le journalisme About Journalism Sobre jornalismo*, vol. 4, no 2, pp. 48-61.
- Boyadjian, J., 2015, « Les usages frontistes du Web », in Crépon, S., Dézé, A., Mayer, N. (Éds.), *Les faux-semblants du Front National*, Paris, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P), pp. 141-160.
- Calabrese, L., 2016, « "Réfléchissez avant d'écrire !" : approximation et précision dans le discours des lecteurs de la presse en ligne », Shyldkrot, H. B.-Z., Adler, S., Asnes, M., *Nouveaux regards sur l'approximation*, Honoré Champion, Paris.
- Calabrese, L., 2014, « Rectifier le discours d'information médiatique. Quelle légitimité pour le discours profane dans la presse d'information en ligne ? », *Les Carnets du Cediscor*, no 12, pp. 21-34.
- Carbou, G., 2015, « Presse en ligne et communautés cognitives : analyse des sections commentaires d'Atlantico.fr et de l'Humanité.fr », *Réseaux*, no 195/5, pp. 194-223.
- Charaudeau, P., Maingueneau, D. (Éds.), 2002, *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil.
- De La Haye, Y., 1984, *Dissonances, critique de la communication*, La pensée sauvage.
- Dewey, J., 2010 [1927], *Le Public et ses problèmes*, Paris, Gallimard Folio.
- Dupret, B., Klauss, E., Ghazzal, Z., 2010, « Commenter l'actualité sur Internet », *Réseaux*, no 160-161, pp. 285-317.
- Estienne, Y., 2007, *Le Journalisme après Internet*, Paris, L'Harmattan.
- Frisque, C., 2010, « Une reconfiguration des espaces médiatiques et politiques locaux », *Revue française de science politique*, vol. 60, no 5, pp. 951-973.
- Georges, F., 2009, « Représentation de soi et identité numérique : Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du Web 2.0 », *Réseaux*, no 154, La Découverte, pp. 165-193.
- Graham, T., Wright, S., 2015, « A Tale of Two Stories from "Below the Line" : Comment Fields at The Guardian », *The International Journal of Press/Politics*, no 20, pp. 317-338.
- Hamidi, C., 2006, « Éléments pour une approche interactionniste de la politisation. Engagement associatif et rapport au politique dans des associations locales issues de l'immigration », *Revue française de science politique*, vol. 56, no 1, pp. 5-25.
- Hermida, A., Thurman, N., 2008, « A Clash of Cultures. The Integration of Usergenerated Content within Professional Journalistic Frameworks at British Newspaper Websites », *Journalism Practice*, vol. 2, n° 3, pp. 343-356.
- Hermida, A., Domingo, D., Heinoven, A., Paulussen, S., Quandt, T., Reich, Z., Singer, J., Vujnovic, M., 2011, « The Active Recipient : Participatory Journalism Through the Lens of the Dewey-Lippmann Debate », *ISOJ*.
- Hobeika, A., Villeneuve, G., 2017, « Une communication par les marges du parti ? », *Réseaux*, no 202-203, pp. 213-240.
- Jouët, J., Le Carroff, C., 2013, « L'actualité politique et la participation en ligne », in Jouët, J., Rieffel, R. (Éds.), *S'informier à l'ère numérique*, Rennes, PUR, pp. 117-157.
- Le Bart, C., Lefebvre, R., (Éds.), 2005, *La proximité en politique*, Rennes, PUR.
- Le Bohec, J., 2000, « La Question du "rôle démocratique" de la presse locale en France », *Hermès*, no 26-27, pp. 185-198.
- Lehingue, P., 2007, « L'emprise des sondages sur le jeu électoral, vrais et faux débats », *Savoir Agir*, no 1, pp. 37-47.
- Lippmann, W., 2008 [1925], *Le public fantôme*, Demopolis.
- Marty, E., 2015, « Les élections municipales au miroir de la presse quotidienne régionale. Des cadres médiatiques aux thématiques politiques », *Mots. Les langages du politique*, no 108, pp. 39-55.
- Miège, B., 1990, *La Société conquise par la Communication*, Grenoble, PUG.
- Mischi, J., Renahy, N., 2008, « Pour une sociologie politique des mondes ruraux », *Politix*, no 83, pp. 9-21.
- Norris, P., 2001, *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*, New York, Cambridge University Press.
- Pierru, E., Vignon, S., 2008, « L'inconnue de l'équation FN ; ruralité et extrême droite. Quelques éléments sur le département de la Somme », in Antoine, A., Mischi, J. (Éds.), *Sociabilité et politique en milieu rural*, Rennes, PUR.
- Rastier, F., 2006, « Sémiotique des sites racistes », *Mots*, no 80, pp. 73-85.
- Rebillard, F., 2007, *Le web 2.0 en perspective : une analyse socio-économique de l'Internet*, Paris, L'Harmattan.

Retière, J.-N., 2003, « Autour de l'autochtonie. Réflexions sur la notion de capital social populaire », *Politix*, no 63, pp. 121-143.

Servais, C., 2017, « Scènes médiatiques et arènes de discours », *Réseaux*, no 202-203, pp. 79-121.

Schudson, M., 1997, « Why Conversation is Not the Soul of Democracy », *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 14, pp. 297-309.

Smyrnaiois, N., Marty, E., 2017, « Profession "Nettoyeur du Net" », *Réseaux*, no 205, pp. 57-90.

Vignon, S., 2016, « Des maires en campagne(s). Transformations des répertoires de mobilisation électorale et des registres de légitimité politique dans les mondes ruraux », *Politix*, no 113, pp. 17-42.

Voirol, O., 2017, « Pathologies de l'espace public et agitation fasciste : les "leçons" de la Théorie critique », *Réseaux*, no 202-203, pp. 121-157.

Commentaires dans la Presse Quotidienne Régionale française en ligne et politisation du local

Comments in French Regional Online News and Local Politicization

Comentários no jornalismo regional on-line francês e politização do local

Fr. Cet article examine les commentaires postés sur le site d'un quotidien régional français, à la suite des articles consacrés à une commune moyenne dans la région toulousaine, durant la campagne municipale de 2014. Il s'attache à déterminer si des créations de communautés d'interprétation politique articulant la situation locale et une montée en généralité est observable et selon quelle logique elles s'organisent. Les commentaires sont analysés en les rapportant aux situations politiques et médiatiques locales et nationales et les commentateurs sont classés selon leurs prises de positions. Deux communautés sont finalement identifiées. La première, constituée de quelques membres maîtrisant parfaitement la situation locale, peut être qualifiée d'autochtone ; elle interprète les faits et leur traitement par la presse selon une grille politique partisane correspondant à l'offre électorale du territoire. Elle est constituée de lecteurs intervenant quasi exclusivement sur la page de la commune. Ils participent plusieurs fois par semaine et sont régulièrement en conflit avec la ligne éditoriale du journal. La seconde communauté, plus nombreuse, n'intervient que sur les faits divers et se désintéresse de la situation locale. La montée en généralité est cependant également présente par l'intermédiaire de schémas interprétatifs proches de ceux imposés nationalement par l'extrême droite. Ces lecteurs interviennent sur tout le site du journal et de façon systématique dès qu'un événement peut laisser la place à une interprétation s'accordant à leur parti pris idéologique. Ils utilisent ainsi tous les faits divers pour proposer une politisation de la vie publique locale à travers un prisme marqué par le racisme, suggérant que tous les actes délictueux sont le fait de personnes d'origine étrangère et réclamant des sanctions de plus en plus radicales. Ils ne s'opposent pas à la ligne éditoriale du journal mais l'utilise en profitant de sa mise en avant systématique des faits divers. Ils contournent la modération par l'utilisation de para-phrases, de litotes, de métaphores ou de sous-entendus plus ou moins transparents et imposent ainsi au quotidien une vision du monde cohérente.

Mots-clés : Presse Quotidienne Régionale, publics, politique, participation, commentaires

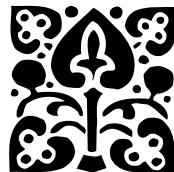
En. This paper analyzes comments posted on the website of a regional French daily serving a community near Toulouse in response to articles written during the 2014 municipal election campaign. The goal is to determine whether communities of local political discourse are being created and if they are, how are they organized and do generalities exist. Comments and their relationship with local and national politics and media are analyzed and commentators classified according to their position. Two distinct communities can be singled out: The first, consisting of a few commentators with an excellent grasp of the local situation, can be referred to as indigenous—they interpret events and how media handle them through a partisan regional lens. They write several times a week and are often at odds with the editorial line of the newspaper. The second, larger, community only comments on general events and has no interest in local situations. This increase in generality is abetted by interpretive models similar to those used by the far-right on the national level. These readers are active everywhere on the newspaper's website and systematically comment as soon as an event can be interpreted as being in line with their political ideology. In this way, they use local events to politicize local public life refracted through a racist lens in which all criminal acts are carried out by foreigners, and clamor for increasingly severe punishments. They do not oppose the newspaper's editorial line, but rather use it as a platform for their systematic commentary on local events. They

circumvent judiciousness by paraphrasing and making use of euphemisms, metaphors and innuendo in varying degrees of transparency, and in so doing create a simulacrum of a coherent world.

Keywords: Daily regional press, publics, politics, participation, comments

Pt. Este artigo examina os comentários postados no site de um jornal regional francês, produzidos logo após uma série de matérias sobre um distrito (“commune”) de porte médio, localizado na região de Toulouse, durante as eleições municipais de 2014. Busca determinar se os processos de criação de comunidades de interpretação política que articulam a situação local a um contexto mais generalizável podem ser observados, bem como o tipo de lógica na qual eles se organizam. Os comentários foram analisados a partir das relações entre as situações políticas e midiáticas locais e nacionais e a classificação dos comentaristas de acordo com os seus posicionamentos políticos. Assim, duas comunidades foram identificadas. A primeira, constituída de alguns integrantes que compreendiam perfeitamente a situação local, pode ser qualificada como autóctone; ela interpreta os fatos e o tratamento dado pela mídia de acordo com um quadro político partidário que corresponde à oferta eleitoral do território. Ela é constituída por leitores que postam comentários quase que exclusivamente na página dedicada à cobertura do distrito. Esses integrantes participam várias vezes por semana e frequentemente entram em conflito com a linha editorial do jornal. A segunda comunidade, mais numerosas, intervém apenas sobre os *fait divers* e não está interessada na situação local. O processo de generalização também está presente na análise por meio da utilização de esquemas interpretativos próximos àqueles impostos nacionalmente pela extrema direita. Esses leitores intervêm em todo o site do jornal e de forma sistemática, desde que um acontecimento dê abertura a uma interpretação que esteja em consonância com os seus posicionamentos ideológicos. Utilizam-se, assim, dos *fait divers* para propor uma politização da vida pública local sob o prisma do racismo, atribuindo a pessoas de origem estrangeira todos os fatos de caráter delituoso e reclamando sanções cada vez mais radicais contra essas pessoas. Eles não se opõem à linha editorial do jornal, utilizando-se dela em benefício de uma exposição sistemática dos *fait divers*. Para contornar a moderação, eles recorrem a paráfrases, lítotes, metáforas ou subentendidos mais ou menos transparentes, impondo ao jornal uma visão de mundo coerente.

Palavras-chave: Imprensa regional, públicos, política, participação, comentários



Des journalistes d'investigation face au « 5^e pouvoir »

Collaboration, négociation et conflit avec des sources officielles en Suisse romande

GILLES LABARTHE

Académie du journalisme et des médias
Université de Neuchâtel
Suisse
gilles.labarthe@unine.ch



ffaires de corruption, évasion fiscale, financements occultes, emplois fictifs, scandales immobiliers, sanitaires ou écologiques... Dans les milieux de la presse, le journalisme d'investigation incarne par excellence le rôle de « chien de garde » (*watchdog*) de la démocratie. Plus que d'autres genres journalistiques, il garantirait par ses « révélations » un meilleur fonctionnement des institutions et par conséquent, une meilleure organisation de la vie communautaire, en général. Suivant les perspectives ou les intérêts en jeu, certains saluent, d'autres redoutent ses contributions en termes de libre circulation des informations, de débat d'idées, de formation des opinions, permettant une plus grande implication des citoyens à la « chose publique » (*res publicae*).

Or, à une période où nombre d'observateurs des médias s'inquiètent de la diminution, voire de la quasi disparition d'enquêtes originales publiées dans la presse locale, peu de recherches empiriques se sont intéressées aux contraintes venant façonner les productions des journalistes d'investigation, et à leurs évolutions récentes. Aux côtés de contributions anglo-saxonnes et dans une moindre mesure, francophones (souvent théoriques), les travaux approfondis portant sur cet objet d'étude sont à

Pour citer cet article, to quote this article, para citar este artigo :

Gilles Labarthe, « Des journalistes d'investigation face au "5^e pouvoir". Collaboration, négociation et conflit avec des sources officielles en Suisse », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 7, n°2 - 2018, 15 décembre - December 15 - 15 de dezembro.

URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

notre connaissance encore inexistantes en Suisse. Ce dernier reste difficile à appréhender, en raison de sa complexité : il est traversé par une multitude de facteurs économiques, politiques, juridiques, socio-culturels ou technologiques.

Parmi les contraintes les plus courantes pesant sur ce genre journalistique, identifiées par les chercheurs et praticiens chevronnés intervenant dans les cursus de formation universitaire, figurent d'abord celles liées aux questions d'ordre déontologique. Relevons que le journalisme d'investigation dépend également : a) du temps, du budget et des ressources à disposition (Harcup, 2009) ; b) du degré d'accès aux ressources médiatiques (agences de presse, médias audiovisuels; presse écrite locale, régionale, nationale et internationale) ; c) de l'accès aux sources officielles, politiques, juridiques, des milieux de la police et du renseignement (Chalaby, 2004 ; Marchetti, 2000) ; d) de la manière dont un État et les administrations gèrent, centralisent, diffusent ou protègent les informations (Hunter, 1997) ; e) de l'existence ou non de lois garantissant un accès aux informations gouvernementales (De Burgh et al., 2008) ; f) de la difficulté du sujet traité (informations couvertes par le secret d'affaires, par le secret-défense ou le secret militaire, par exemple ; voir : MacFadyen, 2008) ; g) de la possibilité de collaborer à des enquêtes collectives impulsées par des réseaux transnationaux de journalistes d'investigation exploitant des « fuites » (*leaks*) et des informations confidentielles dévoilées par des lanceurs d'alerte (*whistleblowers*) pour développer les dimensions et ramifications nationales, régionales ou locales de nouveaux « scandales ». Citons parmi les exemples les plus récents, les millions de données transmises au printemps 2016 à propos des pratiques d'évasion fiscale, dans le cadre des « Panama Papers » ; ou encore, les 18,6 millions de documents des « Football Leaks », révélant des affaires d'évasion fiscale, de prostitution et de réseaux mafieux dans l'industrie du football, concernant plusieurs États européens.

L'importante médiatisation et l'impact considérable de telles enquêtes collaboratives et transnationales ont participé à ancrer cette idée de sens commun que les technologies digitales permettraient un renforcement de l'investigation journalistique dans la presse, y compris locale. Cette idée est pourtant très discutable. En effet, les usages des TIC et leurs implications sociales posent dans le même temps plusieurs problèmes cruciaux. Les praticiens invoquent par exemple la surabondance de contenus disponibles, dont les sources et les faits sont difficiles ou impossibles à vérifier. Autre risque majeur, exploré par des études récentes (Shelton, 2015, Posetti, 2017) : la cybersurveillance *via* les traces numériques. Ce risque est devenu plus perceptible

depuis les pratiques révélées par le lanceur d'alerte et ancien consultant américain de la National Security Agency-NSA, Edward Snowden.

Cet article présente les premiers résultats d'une recherche empirique qualitative de type inductive et à visée exploratoire, inspirée d'une approche socio-ethnographique (Beaud & Weber, 2003) et compréhensive (Kaufmann, 1996). Elle est basée sur une série d'entretiens semi-directifs menés en 2014-2016 avec des journalistes d'investigation travaillant ou ayant travaillé en Suisse dans des médias locaux. Nous nous référons ici à la notion de « 5^e pouvoir » (*fifth estate*, Franklin, 2005), afin de mieux distinguer les trois principaux modes (collaboratif, de négociation, conflictuel) caractérisant les relations entre journalistes d'une part, et sources officielles, fonctionnaires et chargés de communication des autorités, d'autre part. Après un bref rappel du contexte actuel du journalisme d'investigation en Suisse romande, nous nous intéressons aux catégorisations effectuées par les journalistes concernant ces trois modes de relation avec des sources officielles, en nous penchant plus longuement sur le mode conflictuel. Notre objectif est de mieux comprendre en quoi ce mode conflictuel peut être lié directement ou indirectement à des usages contraignants des TIC, limitant de fait le « 4^e pouvoir » traditionnellement attribué aux médias. Dans ce but, nous proposons de dresser une première typologie de principales contraintes systématiquement identifiées par les journalistes, renvoyant à diverses stratégies développées par des fonctionnaires locaux et responsables d'administrations et affectant leurs capacités d'enquête voire, leur réputation et identité professionnelle. Cette esquisse de typologie constitue une étape de notre recherche et s'inscrit dans une visée à plus long terme de contribution à la formation universitaire au journalisme d'investigation, au niveau Master.

PROBLÉMATIQUE GÉNÉRALE

Sur ces dernières années, la quantité des ressources et informations disponibles sur Internet ont été multipliées, au niveau mondial. De nouveaux outils d'analyse et de traitement ont aussi ouvert la voie à de nouvelles formes de production et publication d'enquêtes journalistiques : usages d'Internet pour le journalisme de données (ou *data journalism*), assisté par ordinateur (*computational journalism*), incluant des pratiques d'exploration systématiques de données (*data mining*), de *scraping* (extraction du contenu de sites Web), de cartographie des résultats ou de *data visualization*, par exemple... développées parfois sur un mode participatif. Dans ce contexte, les méthodes d'enquête journalistiques

ont elles-mêmes été étendues en raison du travail d'équipe que le traitement d'une telle quantité de données suppose (Grevisse et Degand, 2012 ; Parasia, 2014), et notamment en relation avec les « manières de faire » et méthodologies courantes dans des domaines de compétences professionnelles voisins (programmeurs, experts informaticiens...).

D'autres développements ont contribué à transformer les pratiques ou « routines » d'accès à l'information, et ceci même pour des enquêtes réalisées de façon plus individuelle. C'est le cas par exemple du recours à des technologies numériques intrusives (caméras cachées, *mobile reporting*, *drone-journalism*, *hacking*...). La mise en scène de ces pratiques devient de plus en plus fréquente dans le cadre de certaines émissions télévisées d'enquête, notamment pour des interpellations-surprise auprès des autorités locales et gouvernementales, le « vol d'images » et d'informations, ou des enregistrements cachés (Ekström & Johansson, 2008 ; Greenslade, 2008 ; Danielson, 2013). Dans la lignée d'« une vision utopiste euphorique et enthousiaste, faisant des nouvelles technologies un puissant ferment *a priori* de renouvellement de la démocratie, de la gouvernance et du journalisme » (Mercier et Pignard-Cheyne, 2014 : 3), il a été suggéré que les TIC participeraient aussi à l'apparente (ou prétendue) vitalité de l'investigation journalistique dans les médias.

Or, cette vitalité mérite d'être questionnée, à l'aune de recherches empiriques. En quoi les pratiques de l'investigation journalistique ne seraient-elles pas aussi menacées par l'influence et l'irruption dans son champ d'un nombre croissant d'acteurs et de professionnels de la communication déployant également une maîtrise des nouvelles technologies numériques ?

Cette problématique du 5^e pouvoir est certes complexe et au moins tri-dimensionnelle, relevant à la fois des conditions socioéconomiques influant sur le travail des journalistes, de la professionnalisation des métiers de la communication et des évolutions technologiques. Il s'agit ici de mieux cerner dans quelle mesure les aspects les plus conflictuels pointés par les journalistes concernant les usages de ces technologies numériques par des sources officielles seraient révélateurs de leur influence sur la production ou au contraire, l'abandon d'enquêtes journalistiques dans la presse locale. A cet effet, nous nous focalisons dans cette présentation sur des exemples précis de demandes d'accès aux sources et aux informations effectuées auprès d'administrations publiques locales et nationales par des journalistes d'investigation travaillant en Suisse romande, impliquant des usages d'Internet et des messageries électroniques.

CADRE THÉORIQUE

La notion de 5^e pouvoir a d'abord été proposée par Tom Baistow au milieu des années 1980 (Baistow, 1985 : 67-76), pour explorer et décrire la manière dont une certaine catégorie d'acteurs (fonctionnaires de l'administration ; politiciens et leurs porte-parole ; responsables des relations publiques du secteur privé ; chargés de communication de lobbies et de groupes de pression...) influencent et conditionnent les productions journalistiques. « Baistow a argué du fait qu'un 5^e pouvoir composé de spécialistes de relations publiques et du marketing était déployé par des élites politiques et économiques, afin d'éclipser et de contrebalancer les points de vue critiques fournis jusque-là par les journalistes soucieux de protéger l'intérêt public¹ » (Franklin, 2005 : 78). Cette emprise peut s'exercer suivant différents modes, plus ou moins implicites et coercitifs, chacun des protagonistes cherchant à maximiser ses avantages (Franklin, Lewis & Williams, 2010).

La notion renvoie plus généralement à une définition communément admise du pouvoir, en sociologie : « la capacité de l'acteur individuel ou collectif de contrôler les termes d'une relation d'échange afin qu'elle lui soit favorable » (Paugam et al., 2010 : 85). Selon la formule classique de Max Weber : « *le pouvoir est toute chance de faire triompher au sein d'une relation sociale, sa propre volonté, même contre des réticences : peu importe sur quoi repose cette chance* » (Weber, 1971 : 95). Cette capacité se caractérise par la nature des interactions, en fonction des contextes, situations, « règles du jeu », ressources en présence, etc. Le pouvoir peut se fonder sur différentes dimensions : politiques, administratives, judiciaires, symboliques ou traditionnelles, charismatiques... Les dimensions économiques de ce pouvoir nous intéressent ici en particulier. En effet, le contexte de crise des modèles économiques que traversent les médias de la presse écrite peut inciter les acteurs en présence à jouer en priorité sur ces dimensions, en vue d'obtenir certains avantages.

Dans le cadre de la notion de 5^e pouvoir, Franklin, Lewis et Williams (2010) distinguent ainsi le mode de coopération (mise à disposition de contenus ; échange d'informations, de services...), le mode de négociation (autour de l'accès à des sources, à des documents ; pour l'obtention d'exclusivités ; au sujet d'embargos, de délais... pouvant inclure des formes de pressions légères, sans pour autant déboucher sur un point de rupture avec les sources), de modes plus conflictuels (blocages dans l'accès à des sources, à des informations ; mesures de rétorsion affectant la publication d'enquêtes journalistiques). Il convient alors de s'interroger sur la nature asymétrique de

ces relations, afin d'évaluer les forces respectives de part et d'autre.

Dans le sillage des travaux de Schlesinger (1992), Erik Neveu met aussi l'accent sur « la professionnalisation des sources, leur capacité à développer une rationalité stratégique qui repose sur l'anticipation des routines et des pratiques des journalistes pour leur fournir du « prêt à publier ou diffuser » » (2001 : 55-58). Les dimensions économiques sont bien perceptibles dans trois modèles de stratégies des sources synthétisés par Neveu, et leurs exemples : « séduire » (par des avantages matériels, la participation à des frais de déplacement ou à d'autres dépenses), « laisser jouer la sous-professionnalisation d'un titre » (compenser les frais d'accès à des informations, à des banques de données ; livrer des dossiers « clé-en-main », palliant ainsi au manque de temps, de moyens ou d'effectifs de la rédaction), « contrôler » (en imposant un flot continu de documents officiels, ou par l'embargo d'une information donnée en *off*, sous peine de retrait de l'accréditation du journaliste, ce qui risquerait de le conduire à « une mort professionnelle »).

Deux perspectives retiendront notre attention. D'une part, le recours à cette notion de 5^e pouvoir nous incite à renforcer notre attention sur les modes de relations avec les sources comme fournisseurs d'information, impliquant des situations de dépendance économique (Lewis, Williams & Franklin, 2008). D'autre part, l'étude de ces situations de dépendance et sans doute plus encore, celle du mode de relation conflictuel, peuvent fonctionner comme révélateurs de ce qui fonderait l'identité professionnelle spécifique des journalistes d'investigation, puisque ces derniers revendiquent volontiers leur indépendance des pouvoirs en place (politiques, économiques, financiers...), ainsi que l'initiative des enquêtes conduites et publiées.

La notion de 5^e pouvoir mobilisée fait donc référence ici à l'emprise croissante du secteur des relations publiques sur les pratiques journalistiques, d'autant plus sensible dans un contexte de précarisation des conditions de travail frappant le journalisme de presse écrite locale. Cette acception est à distinguer de celles, plus récentes, d'autres spécialistes (Cooper, 2006 ; Jericho, 2013), francophones notamment (Bernier, 2013) : ces derniers emploient l'expression de « 5^e pouvoir » pour évoquer plutôt l'ensemble des actions et des moyens déployés par les citoyens et la blogosphère pour assurer une co-régulation des médias, ou « l'imputabilité des médias envers leurs publics » (Bernier, 2016). La notion d'imputabilité, empruntée au domaine juridique (la possibilité d'attribuer à un individu la responsabilité d'une infraction), peut être rapprochée de l'*account-*

ability, pour désigner des journalistes sinon « responsables » juridiquement, du moins « redevables » auprès de leur lectorat. Elle rejoint l'idée (plus ou moins implicite chez les praticiens eux-mêmes) de contrat social liant les journalistes :

« cette représentativité des citoyens, face aux décideurs, serait un des fondements de la légitimité sociale du journalisme et comporterait des normes déontologiques afin de ne pas s'éloigner de leurs obligations démocratiques » (Bernier, 2016 : 12).

C'est en vertu de cette forme de délégation du pouvoir d'informer que les journalistes seraient tenus de remplir des fonctions d'intérêt public, et de centrer leur production journalistique sur des sujets d'intérêt public, comme le précise explicitement leur code de déontologie.

Ce principe d'intérêt public se retrouve dans les diverses définitions qui cohabitent autour du journalisme d'investigation. Beaucoup de journalistes et formateurs, en France comme en Suisse, soutiennent qu'il ne s'agirait en somme que de « bon journalisme », appliquant les principes de rigueur de traitement qui s'imposent : nécessité de se baser sur des faits, témoignages et documents valides ; de rechercher, recouper et vérifier les informations ; de respecter l'ensemble des règles déontologiques...² (Grevisse, 2010). Les particularités distinctives de ce genre renverraient surtout à un ensemble de savoir-faire informels, transmis essentiellement par les usages en cours dans le milieu professionnel et l'expérience pratique (repris dans la notion de « *custom and practice* » ; voir Greenslade, 2008 : 324). Sans entrer dans les pièges d'une approche trop normative et d'un débat fort complexe qui renvoie aussi à une histoire, à des modèles et à des traditions journalistiques différents (Van Eijk et al., 2005 ; Hunter, 1997 ; Neveu, 2001 : 9-18), nous partirons d'une définition *a minima*, largement acceptée par les professionnels : le journalisme d'investigation consisterait en une recherche active d'informations, effectuée par le journaliste lui-même et de sa propre initiative, sur des sujets d'intérêt public, après avoir consulté un grand nombre de sources différentes, afin de révéler des faits ou des informations restés cachés. Cette définition est citée et relayée par les plus importantes structures et réseaux internationaux dédiés au journalisme d'investigation, dont l'organisation américaine Investigative Reporters and Editors-IRE³ et le réseau mondial Global Investigative Journalism Network – GIJN⁴. Notons déjà que ces dimensions de « recherche active » et d'« initiative » propre au journaliste excluent *a priori* des modes de relation trop collaboratifs et trop dépendants des sources officielles.

CONTEXTE DU JOURNALISME D'INVESTIGATION
EN SUISSE ROMANDE

Le paysage médiatique suisse romand a été marqué depuis le début des années 1990 par des phénomènes de concentration des médias et de fusion de titres, associés à une baisse constante des recettes publicitaires et du nombre d'abonnés (Bonfadelli et al., 2011). Les processus de concentration ont renforcé des situations de quasi-monopole, principalement de trois groupes de presse (Tamedia, Ringier-Axel Springer, Hersant). Ces phénomènes ont touché en premier lieu la presse régionale et surtout locale, dont plusieurs titres ont depuis soit fusionné, soit disparu. Le cas de Genève, plus importante ville de Suisse romande (avec 493 706 habitants recensés sur le canton fin 2016) et siège des Nations unies, est évocateur : après la disparition de trois principaux quotidiens d'information sur ces vingt dernières années (*La Suisse*, 1994 ; *Le Journal de Genève*, *Le Nouveau Quotidien*, 1998) et le déménagement de la rédaction d'un titre de Genève à Lausanne (*Le Temps*), le dernier quotidien « genevois » doté d'un tirage supérieur à 10 000 exemplaires (*La Tribune de Genève*, avec 36 100 exemplaires) a désormais une partie de ses rubriques produites depuis le siège des rédactions communes de l'éditeur Tamedia (Lausanne).

À propos des conditions de production du journalisme d'investigation en Suisse, Van Eijk et al. identifient plusieurs risques, également de dimensions économiques quant à leurs possibles répercussions : pressions exercées par les annonceurs (secteur bancaire, grands distributeurs ; mais aussi industries du luxe, pharmaceutique, agroalimentaire, administrations publiques) menaçant de retirer leur budget publicité ; dépôts de plainte, en cas de publication contraire à leurs intérêts ; coupes budgétaires affectant la mobilité des reporters, les collaborations avec des journalistes indépendants, les moyens consacrés aux déplacements sur le terrain et à la recherche d'information (Van Eijk et al., 2005 : 192-193). Tout comme en France, ces risques affectent d'autant plus la presse locale, pour des questions de proximité avec les milieux politiques et économiques influant sur leur territoire (Neveu, 2001 : 30-32). Les journalistes de presse locale doivent aussi composer avec certaines particularités de la Suisse, outre la petitesse de sa dimension territoriale et sa densité démographique : le système fédéral reposant sur le partage ou la délégation de nombreux secteurs de l'administration aux autorités cantonales et communales, la proximité avec des interlocuteurs locaux fonctionnant comme sources ou relais de

l'administration fédérale s'en trouve renforcée, par rapport à un système politique plus centralisé. Cet aspect a été rappelé par la totalité des des répondants aux entretiens.

D'après leurs estimations, très peu de journalistes feraient encore de l'enquête à temps complet ; seuls quelques dizaines environ, de manière ponctuelle. De fait, en ce qui concerne la presse écrite, plus aucun des quotidiens d'information suisses romands (une quinzaine de titres) ne dispose d'une unité ou d'une page régulière dédiée à l'investigation, identifiables comme telles. Le média consacrant le plus de moyens à ce genre journalistique reste la version dominicale du journal *Le Matin* (*Le Matin Dimanche*). Avec le *SonntagsZeitung*, titre suisse-allemand du même groupe de presse (Tamedia), il partage une cellule enquête basée à Berne. Elle est composée de quatre journalistes germanophones et trois journalistes suisses-romands.

Depuis une dizaine d'années, un « réseau suisse de journalistes d'investigation » s'est formalisé : Swissinvestigation⁵ (lié dès son origine au réseau mondial Global Investigative Journalism Network – GIJN, créé en 2003). Son répertoire non exhaustif, basé sur le principe de l'inscription volontaire, compte une soixantaine de noms de journalistes travaillant en Suisse romande, dont une bonne moitié d'indépendants, se désignant comme pigistes ou free-lance, mais qui ne produisent que peu ou pas d'enquêtes journalistiques effectivement publiées.

Faute de données disponibles, il n'a pas été possible d'évaluer le nombre exact de communicants actifs en Suisse. En 2011, une étude sur la qualité dans les médias publiée par l'Université de Zurich indiquait, depuis le début des années 1990,

« (...) un déplacement du pouvoir et des ressources entre les relations publiques et le journalisme. La branche des relations publiques enregistre des taux de croissance élevés et se caractérise par une professionnalisation croissante. Au contraire, la branche des médias se trouve dans une crise structurelle qu'elle doit partiellement à elle-même. Dans le secteur de la presse, on observe des tendances à la déprofessionnalisation (...) »⁶.

Des phénomènes similaires de renforcement de l'influence des relations publiques sur les productions journalistiques, surtout dès les années 1990, ont été étudiés dans d'autres pays d'Europe, comme en Grande-Bretagne (Franklin, Lewis & Williams, 2010) ou en France (Neveu, 2001 : 55).

Méthodologie

Afin de mieux cerner les relations entre journalistes d'investigation, sources officielles et usages contraignants des TIC, douze entretiens semi-directifs et approfondis ont été effectués d'avril 2014 à janvier 2016, avec des journalistes⁷ travaillant ou ayant travaillé en Suisse, pratiquant ou ayant pratiqué régulièrement l'investigation. Il a été demandé à chaque fois aux interlocuteurs d'illustrer leurs propos grâce à des exemples concrets. Ils avaient la possibilité à tout moment de rendre anonymes des personnes, fonctionnaires, entreprises ou lieux trop facilement identifiables et pouvant poser problème. Dans une perspective de recoupement des informations recueillies et de triangulation, les témoignages ont été croisés avec de la documentation (dont la production journalistique effectivement publiée par des praticiens interviewés), la prise de notes concernant des propos plus explicites tenus par les journalistes, hors enregistrement audio et à l'occasion d'entrevues supplémentaires, et l'observation participante, notamment lors de débats professionnels en Suisse sur le journalisme d'investigation et ses contraintes.

Pour ces entretiens, les journalistes interrogés ont été sélectionnés d'après les critères suivants : affiliation à la Fédération suisse des journalistes-Imprimés (avec carte de presse) ou à une structure équivalente à l'étranger ; au moins dix ans d'expérience dans le métier ; une pratique régulière de l'investigation ; de nombreuses démarches de demande d'information effectuées auprès des services départementaux des administrations, au niveau fédéral et local, avec des expériences personnelles de refus de la part de ces instances ; plusieurs publications à leur actif dans la presse suisse et/ou sous forme de livres d'enquête ; inscription sur le répertoire de *Swissinvestigation.net*.

Dans le souci d'approcher une certaine représentativité et après avoir au préalable identifié un ensemble de praticiens lors de rencontres professionnelles, nous avons choisi des interlocuteurs différents par l'âge (de 42 à 70 ans, dont trois journalistes à la retraite), le sexe (neuf hommes, trois femmes), la nationalité (neuf Suisses, dont trois binationaux ; originaires de six cantons différents, de Suisse romande et alémanique ; trois Français), l'origine socio-professionnelle, le parcours dans les médias (presse écrite, radio, TV locales et régionales, *pureplayers...*), les fonctions exercées (de pigiste et indépendant à rédacteur en chef adjoint, en passant par des responsables de rubrique), les lieux de travail en Suisse romande.

Dans notre guide d'entretien servant de fil conducteur, les questions s'articulaient autour de

quatre axes complémentaires : comment les répondants relatent et définissent leur identité professionnelle, notamment par leur aptitude à s'opposer à, ou au contraire à coopérer avec des sources officielles ; comment ils perçoivent et relatent des changements structurels sur ces vingt dernières années, dans leurs rapports d'opposition / de collaboration avec ces sources ; quels sont selon eux les usages des TIC que les sources officielles ont développé qui s'avèrent les plus contraignants sur la pratique et la publication des enquêtes journalistiques ; quels conseils ils donneraient à des fins de formation pratique au journalisme d'investigation en Suisse.

PRINCIPAUX RÉSULTATS

Sur les douze journalistes interviewés, la majorité d'entre eux (9 sur 12) provenait d'une origine socio-économique plutôt aisée, voire très aisée, avec des parents travaillant dans les professions libérales, ou comme fonctionnaires, au niveau national ou international. La grande majorité (11 d'entre eux) avait suivi des études universitaires et/ou avait travaillé dans l'enseignement supérieur (histoire, mathématiques...), avant de se lancer dans le journalisme.

Au niveau des méthodes, stratégies et tactiques d'accès aux informations déployées, nous pouvons identifier dans leurs expressions plusieurs catégories de pratiques « indigènes », couramment utilisées par les journalistes rencontrés et dans le milieu professionnel (ci-après, en italique).

Tous ont insisté sur *la fréquentation de différents « milieux »* et *sources privilégiées* permettant de se constituer un vaste *carnet d'adresses*. Bien plus que les rapports réguliers avec des fonctionnaires et des sources officielles, les rapports suivis avec des *sources officieuses* ont été présentés comme indispensables pour le travail du journaliste d'investigation. Dans le *processus d'enquête*, les *indications* et *informations confidentielles* délivrées par des responsables publics et politiciens parlant en *off*, des responsables locaux et régionaux du secteur privé, avocats, agents de renseignement... représentaient une solution rapide pour résoudre le cas échéant des *blocages* d'accès aux informations imposés par des fonctionnaires des autorités approchées, ou servir de contrepoint à leur absence de réponses, refus d'entrer en matière ou formules de *no comment*.

D'autres sources extérieures à l'administration étaient privilégiées dans le même but de *confronter les différentes versions d'un dossier*. Neuf journalistes avaient eu une ou plusieurs expériences

de travail comme correspondant à l'étranger et/ou dans une autre région linguistique en Suisse (Berne, Zurich, Lugano). Cette possibilité de décentrer son regard de la presse suisse et locale a été présentée comme fondamentale pour initier et traiter de nouveaux sujets. Ces ressources s'ajoutaient à d'autres types de publications (presse spécialisée, presse et médias alternatifs, etc.). La relative autonomie des cantons dans le système fédéral suisse, avec ses particularismes, permettait aussi aux journalistes de jouer sur des confrontations sur différents niveaux de pouvoir, communal, cantonal, régional et national :

« (...) Une affaire, elle est à la dimension de ce pays, qui est morcelé, en 26 cantons. 26 pouvoirs ! 26 gouvernements ! 26 parlements ! plus après les communes, les villes, les chef-lieu... et c'est là qu'il y a les sujets. Bon, évidemment, c'est moins sexy que, euh, que... l'affaire des frégates [de Taïwan], ou, ou Dieu sait quoi, hein, ... il y a quelques grosses affaires nationales, on l'a vécu avec les banques, l'éclatement du secret bancaire, les affaires à répétition autour de UBS, Crédit Suisse... OK. Mais, l'essentiel des infos, du vécu (...) des journalistes, il est au niveau régional (...) »

Les dimensions régionales et locales ont été privilégiées dans la majorité des sujets d'enquête mentionnés comme exemples, et publiés par les intervenants : malversations dans des banques privées et cantonales ; dysfonctionnements de centres sociaux ou d'hôpitaux ; maltraitance dans les EMS ; cas de pédophilie au sein des écoles ou de l'Église catholique ; bavures policières ; affaires d'espionnage et de corruption ; conflits d'intérêts entre services publics et lobby pharmaceutique ; pratiques de fraude dans les milieux de la viticulture ; etc.

Qu'en est-il des trois modes de relation aux sources officielles et acteurs du 5^e pouvoir proposés par Franklin, Lewis & Williams (2010) ? Une lecture interprétative des réponses obtenues nous permet d'affiner certaines dimensions de ces trois modes, et surtout de relever qu'ils ne sont pas exclusifs, mais que les journalistes tendent plutôt à les combiner, à osciller de l'un à l'autre.

A) Mode collaboratif. Sur douze journalistes, six seulement évoquent la possibilité, plutôt ponctuelle et au cas par cas que régulière, de modes collaboratifs avec les sources administratives, qu'elles soient fédérales, régionales ou locales. On retrouve dans leurs discours une large palette de possibilités en ce sens, évoquant des formes de coopération (expressions telles que « *respecter les règles du jeu* »,

« *jouer le jeu* », « *intérêts en commun* », « *intérêt public* », « *partenariat* », « *faire confiance* » ...). Ces six journalistes déployaient aussi en parallèle divers modes de relations (« *de négociation* » ou « *conflictuels* ») avec les administrations, variant d'un mode à l'autre selon les circonstances, sources et sujets traités. Trois d'entre eux travaillaient pour la télévision régionale (service public, doté de moyens financiers bien plus importants que ceux de la presse locale et régionale, ainsi que d'une émission explicitement centrée sur les enquêtes et les reportages de proximité, *Temps Présent*) ; deux autres, pour la presse régionale et locale ; le dernier, comme correspondant indépendant pour différents médias régionaux et internationaux.

B) Mode de négociation. Évoquant une « perte de temps » dans leurs démarches auprès des administrations, les six journalistes restants (travaillant tous pour la presse régionale et locale) se bornaient à déployer deux modes, essentiellement. D'abord, le mode « *de négociation* ». Ce mode est perceptible dans des expressions telles que « *trouver un arrangement* », « *une marge de négociation* ». D'autres expressions renvoient à l'habileté du journaliste à « *bricoler* » avec les situations et ressources en présence, dans une dimension tactique : « *jouer là-dessus* », « *feinter* » ; « *jouer avec les sentiments* », « *prêcher le faux pour avoir le vrai* », « *bluffer* », « *être un peu coquin* », « *un peu malin* » « *un peu voyou* »... La limite étant de « *ne pas faire des trucs en-dehors des clous* », pour ne pas perdre le contact avec les interlocuteurs officiels ou des possibilités d'ouverture.

C) Mode conflictuel. Ce mode est décrit comme étant le plus fréquent, par l'ensemble des journalistes. On le retrouve dans des expressions plus radicales, entre autres lorsqu'il s'agit de faire face à un blocage : « *jouer du bâton et de la carotte* », « *faire une confrontation* », « *rentrer dans une procédure* », « *imposer un délai* », « *forcer la main* », « *faire du chantage* », « *mettre la pression* », « *pression médiatique* », « *utiliser comme une arme* » « *harceler* »... Ce mode conflictuel peut inclure des solutions de dernier recours, à la limite des « *pratiques déloyales* », comme *l'enregistrement clandestin*, ou *l'entretien-surprise*, ou interview menée à l'improviste, non annoncée (Grevisse, 2010 : 172 sq ; Labarthe, 2016). Ces pratiques présentent toutefois le risque de remettre en jeu la relation de confiance avec les sources officielles voire, de mener vers une rupture définitive, sans retour : le journaliste est alors *grillé* auprès des administrations concernées et de sources qui s'estiment *piégées*.

Dans le cadre du mode conflictuel, la question des usages contraignants des TIC par les sources officielles revient constamment et dans la tota-

lité des douze entretiens réalisés, ce qui nous a servi d'indice avant que se profile l'idée de dresser une typologie servant à systématiser cet aspect plus précis des relations. Pour la réalisation de leurs enquêtes, les journalistes soulignent de manière unanime le « *double visage* » des usages des TIC dans l'accès aux sources et aux informations gouvernementales : une avancée (facilitant les télécommunications, les moyens de recherche, d'archivage...) ; mais aussi, dès le milieu des années 1990, un ensemble de nouvelles procédures et contraintes liées à la professionnalisation des responsables de communication travaillant pour les institutions. Depuis le milieu des années 2000, s'ajoute la perception plus nette d'un risque fondamental pour la protection des sources⁸.

TYPOLOGIE DE CONTRAINTES LIÉES AUX USAGES DES TIC PAR DES SOURCES OFFICIELLES

D'après leurs témoignages, nous pouvons esquisser une première typologie (éléments soulignés, ci-dessous) des principaux problèmes rencontrés dans leurs pratiques d'accès aux informations administratives, liés aux usages des TIC. Cette typologie s'attache à faire ressortir les catégories les plus significatives et les plus largement partagées par les journalistes interrogés. Elle s'inspire des principes de la théorisation ancrée développés par Anselm Strauss et Juliet Corbin (*Grounded Theory Method*, 1998), impliquant un travail de codage et de catégorisation des données recueillies, selon deux règles fondatrices : ancrer ce codage en nous référant au sens vécu et donné par les acteurs sociaux concernés, pour viser « à comprendre les acteurs, en partant de la façon dont ils vivent et appréhendent ce qui leur arrive » (Lejeune 2014 : 20). Les extraits de citations qui les accompagnent ont ici un statut de « base empirique » sur laquelle appuyer l'effort de conceptualisation (Adam, Borel, Calame & Kilani, 1995 : 16), pour une typologie représentant une étape et un instrument à un moment de notre recherche (Schnapper, 1999 : 18 sq. ; Bertaux, 2005 : 114 sq.).

1) Canalisation de demandes d'informations. C'est un premier point souligné par les journalistes rencontrés, pour désigner le renvoi de leurs demandes vers des chargés de communications/des versions officielles préparées à l'avance (*pre-packaged news*) :

« (...) Il y a eu des directives internes (...) qui allaient clairement dans le sens de dire : toutes les questions de journalistes doivent être référées à EDA Infos (portail d'informa-

tions du département des Affaires étrangères, équivalent au Quai d'Orsay en France), où allaient tous les porte-parole de l'administration. (...) Les gens à l'interne ont reçu des consignes de dire : « Vous êtes journalistes, allez vers EDA Infos, je vous dis rien du tout. » Alors il y a toujours moyen (d'obtenir des informations et des commentaires), heureusement, grâce aux réseaux [des sources officielles]... »

2) Surabondance d'informations officielles. Les journalistes sont aussi confrontés à des administrations produisant en ligne quantité de communiqués et de versions officielles anticipant souvent leurs demandes, quitte à remplir des fonctions d'*agenda setting* (suggérant et diffusant des sujets qui se retrouvent à l'agenda des rédactions ; voir : Franklin, 2005 : 12). La matière diffusée selon un principe d'immédiateté bouscule les routines des journalistes, particulièrement ceux attachés à couvrir les actualités, travaillant dans des délais et avec des budgets resserrés. Se pose alors le problème de l'abondance des contenus à gérer, trier, vérifier, analyser, mettre en perspective :

« (...) Les institutions créent des informations... de manière massive, hein, donc c'est (aussi) tout ce thème big data... qu'on découvre seulement en Suisse, mais évidemment que c'est la nouvelle frontière d'une partie de l'investigation... »

3) Renforcement des procédures, mise à distance. Les journalistes d'investigation associent aussi les usages des TIC à la mise en place d'un protocole plus systématique et contraignant qu'il y a « une quinzaine d'années », dans l'encadrement de leurs demandes d'accès aux informations : déclinaison de l'identité et des coordonnées du journaliste, du média employeur ; précision de l'intention et de l'angle du sujet ; envoi des questions à l'avance, par courriel, etc. Ces procédures permettent une canalisation, centralisation et hiérarchisation des demandes d'information, aiguillées vers les chargés de communication des offices concernés. Elles renvoient de manière plus globale aux phénomènes de contrôle dans les options d'accès aux sources et aux informations, et leur traitement. Elles conditionnent et/ou limitent également les contacts directs avec les responsables administratifs et politiques :

« (...) Moi, il y a quelques années, j'avais les natels (téléphones portables) de l'ensemble des conseillers d'État de Suisse Romande. Aujourd'hui, il faut écrire à l'avance les questions au porte-parole, qu'il regarde si éventuelle-

ment, il peut déranger le conseiller d'État.
C'est un sacré changement, hein ! (...) »

4) Blocages, non-entrée en matière des autorités. Ces procédures, renforcées, prennent plus de temps sur le travail des journalistes, pour un résultat incertain. Ils doivent aussi gérer les risques de refus de donner suite à leurs demandes d'information, d'interviews, et les réponses sous forme de *no comment*, « pas de commentaires ». Se profilent alors plusieurs scénarios possibles, déclinés sur un mode de négociation, ou un mode plus conflictuel. Une solution consiste à exploiter le *no comment* comme élément de narration à la fin d'une enquête, à le mettre en scène pour évoquer les refus, les portes qui se ferment... éléments interprétés comme embarras des autorités, ou « demi-aveux » :

« (...) Depuis dix, quinze ans, maintenant, vous avez des « DirCom », des directeurs de la communication, qui filtrent tout, et c'est le grand problème du journalisme... il est très difficile dans ces conditions de... travailler, on doit toujours passer par la bande, puis après, c'est difficile de confirmer, vous avez toujours des « no comment »... alors moi, moi finalement, le « no comment »... Si on ne me dit pas : « Non, c'est pas vrai », je le considère quasiment... comme une confirmation (...) »

5) Risque de traçage des activités. Sur un autre plan, les procédures évoquées aux deux points précédents auraient aussi d'autres finalités, implicites. Elles présentent un risque de traçage des activités des journalistes, de leurs intentions (enquêtes en cours ou à venir), de leurs pratiques⁹ et réputations professionnelles, estimées par les autorités sur la base de leurs productions antérieures :

« (...) ça m'est arrivé qu'une autorité (...) au lieu de me répondre, m'a fait son célèbre : « Pas de commentaire, Monsieur [nom du journaliste] » [puis] elle a... directement averti les institutions bancaires en question : « Attention, il y a (nom du journaliste) qui est en train d'enquêter sur vous. Donc, préparez votre com ». »

6) Exclusion du journaliste, blacklisté. Dans le cas de publications posant problème aux autorités et institutions concernées, ce traçage peut valoir, selon les journalistes, de se retrouver encore plus rapidement sur une « liste noire » circulant ensuite dans les administrations. Ce qui conduit à un refus systématique de leurs demandes d'interview, des conférences et voyages de presse :

« (...) C'était la chef de presse de (...), elle me dit : « Ce que vous écrivez là c'est anti-suisse, c'est un scandale. » (...) J'ai été blacklisté et depuis je peux plus avoir une interview auprès du Conseil fédéral... »

- Et les voyages de presse, pareil, ou... ?

- Exactement, et ça... ça m'a été dit par de très bonnes sources (...) parce que sous-entendu que je ne respectais pas le « off », je ne respectais pas la relecture (avant publication de l'interview), alors que c'était complètement faux ! »

Une des parades utilisées par les journalistes « blacklistés » peut consister alors à tirer parti du système fédéral et politiquement décentralisé de la Suisse pour tenter de « jouer une administration contre une autre », en espérant qu'un autre service (au niveau cantonal, ou communal, par exemple) accepte de s'exprimer tout de même. Sur les dossiers de justice, un journaliste évoque ainsi « la plus grande ouverture » de certains procureurs cantonaux, par rapport au Ministère public de la Confédération - MPC. Toutefois, la hiérarchisation et la coordination de responsables de communication de services de l'administration, entre autorités fédérales et cantonales et dans les deux sens, tend à limiter cette possibilité, d'autant plus sur des sujets sensibles¹⁰ :

« La Suisse est un tout petit pays, c'est un poncif (...), divisé en petits cantons, avec des petits roitelets locaux, qu'on appelle des conseillers d'Etat. Et puis... (avec) la fiscalité (...) vous allez vraiment dans quelque chose qui en Suisse est encore peut-être plus douloureux que le secret bancaire. Quand vous vous attaquez au fisc, ces petits roitelets locaux sont extrêmement fâchés. Donc, ça a des conséquences assez simples journalistiquement, c'est en gros, on ne vous parle plus. On ne vous donne plus d'interviews, etc. »

7) Perquisitions, cybersurveillance. La prise de conscience et la gestion des risques liés aux traces numériques est une source de préoccupation pour l'ensemble des journalistes rencontrés. En Suisse romande, les professionnels ont mieux cerné les dangers à la suite de perquisitions et d'actes de cybersurveillance affectant des confrères, à l'étranger, mais aussi dans leur entourage direct. Un des cas les plus récents implique une perquisition ordonnée par un procureur cantonal, avec saisie du matériel informatique, disques durs et de clés USB ; un autre, des tentatives de surveillance de journalistes et de hacking de leurs ordinateurs, opérées avec l'appui

d'un agent des Services de renseignement de la Confédération-SRC.

« (...) cinq agents de la police judiciaire, un expert informatique, et ils sont entrés immédiatement (...) ils étaient déjà en train de fouiller (...) ils, ces pieds-nickelés (...) ont saisi y compris l'ordinateur de mon fils (...) ils ont ouvert jusqu'à la boîte à tampons hygiéniques de mon épouse, pour voir s'il y avait des clefs USB... »

8) Protection des sources. Ces traçages numériques peuvent avoir une double conséquence : dissuader les sources de parler, et porter atteinte à un droit fondamental au travail des journalistes d'investigation, qui n'ont pas à révéler « qui leur a parlé », ou fourni un document :

« (...) chez EDA Infos, tout est écouté, les mails (courriels) sont enregistrés... l'administration a fait des perquisitions pour savoir qui a parlé à tel journaliste... ça, ça s'est produit... y a eu des enquêtes pour fuite (...) »

9) Rupture de la relation de confiance. Le journaliste risque alors de perdre une partie de son réseau d'informateurs :

« Je me rappelle très bien d'un... attaché de presse qui me dit : "Oui, je ne peux pas vous répondre, mais donnez-moi vos questions". Ma source me rappelle très vite, elle me dit : "Écoute, je peux plus te parler au moins pendant trois semaines - un mois, là, ils sont en train d'enquêter". Puis je dis : "Mais comment ils savent ça ?" Il me dit : "Bah, écoute... ils sont pas cons non plus, t'as posé deux questions, ils sont remontés très vite vers moi." Et... et voilà, tu dis : "Bon, ben bingo, quoi". Si les informations que tu leur demandes par écrit servent à essayer de pister les sources (...) »

10) Réécritures. À la différence de la presse papier, qui offre une surface pour des « rectificatifs » ou « droits de réponse » de plaignants dans les numéros suivant les articles incriminés, Internet présente également le risque de réécritures presque « en temps réel », plus discrètes, d'évictions d'informations d'intérêt public, jusque-là publiées sur les versions en ligne des médias :

« (...) il a téléphoné d'abord au chef de l'info..., en disant que c'était pas possible, que c'était diffamatoire, (...) pourquoi on avait mis cette information, (...) puis après, il a eu, euh, (...) le rédacteur en chef. (...) Et là il a

réussi à (le) convaincre (...) Et ils ont retiré l'info du site (rires)... si tu veux, voilà, c'est typique, quoi. »

Le risque peut aussi porter sur le retrait d'un ensemble de sources d'information, jusque-là accessibles publiquement :

« Tu sais, le Procureur général de [canton en Suisse romande]... c'est lui qui avait fait effacer de la Feuille d'avis officielle de (ville) le nom des (...) acquéreurs de propriétés... chose très précieuse dont on se servait euh, nous les journalistes (...). Il y avait un système d'archives extraordinaire, gratuit, où tu tapais des noms, par mots de recherche, c'était vraiment génial (...) Et lui, il l'a fait (supprimer), pour principe de confidentialité, de droit à l'oubli... »

DISCUSSION

L'interprétation de ces résultats doit être avancée avec la prudence qui convient à cette première phase d'un processus de recherche. Toute étude scientifique sur le journalisme et ses pratiques doit tenir compte de la complexité des relations triangulaires entre la presse, les pouvoirs et le public. On serait même tenté d'évoquer une « quadrature du cercle », puisqu'il faut encore localiser dans cette figure les milieux politico-financiers, les groupes de presse favorisant des phénomènes de concentration de titres, les relations incertaines à un lectorat présumé, souvent délicat à circonscrire, ou encore les crises des modèles économiques et les transformations technologiques bouleversant les rapports entre ces pôles. De plus, les entretiens avec des journalistes ne livrent qu'un éclairage, depuis un angle du triangle, pourrait-on dire. Ils sont donc à considérer avec leurs limites. Cette recherche devra encore être complétée par l'analyse d'autres entretiens réalisés depuis, incluant aussi des entretiens avec des fonctionnaires (sources officielles), être confrontée à un ensemble de données plus complet afin de viser un meilleur degré de saturation.

Il s'agira aussi d'étendre les possibilités de comparaisons avec des études similaires concernant la presse en Suisse romande. Ces trois dernières années, des recherches plus généralistes ont ainsi montré comment les productions journalistiques en presse régionale et locale étaient confrontés à des phénomènes de convergence rédactionnelle dans les médias privés, la stratégie des éditeurs visant des investissements dans la diffusion rapide d'informations sur différents canaux, au détriment de la recherche et la production d'informations originales (Schön-

hagen & Hofstetter, 2014). D'autres ont pointé des risques accrus d'uniformisation de l'information, dans un contexte de crise des médias, notamment du fait de l'influence des annonceurs sur le contenu rédactionnel, du manque de moyens et de temps à disposition pour couvrir des faits, et de l'absence d'articles critiques sur les médias employeurs et leur stratégies éditoriales (Puppis et al., 2014). Une autre recherche en cours, basée sur l'analyse d'articles parus dans cinq quotidiens et sur trois régions linguistiques en Suisse, s'intéresse aux écarts entre perception du rôle de « 4^e pouvoir » joué par les journalistes, et leurs performances effectives - publications d'informations originales et d'enquêtes, notamment. Elle note une grande proportion d'articles très courts, provenant en fait d'agences de presse, avec peu de valeur ajoutée (Beck & Raemy, 2017).

En l'état, de nouveaux questionnements surgissent. Si le mode conflictuel en lien avec les usages des TIC par les sources est largement mentionné, comment interpréter encore le fait que le mode collaboratif soit aussi peu détaillé dans les discours, alors que la situation de crise que traverse la presse locale devrait pousser journalistes et éditeurs vers des tentations de délégation d'une partie de leur production, comme le suggère Erik Neveu ? Plusieurs éléments d'explication sont possibles, comme l'ont aussi souligné Franklin, Lewis & Williams (2010) : la nécessité pour les journalistes rencontrés de taire leurs sources ; une définition intériorisée du journalisme d'investigation impliquant que le journaliste conserve « l'initiative » de l'enquête et s'accommode mal avec une dépendance (y compris économique) et/ou une proximité avec des sources officielles ; le refus d'expliquer la nature des dons et contre-dons qui ont été nécessaires avant l'obtention de documents et la publication d'une enquête, etc.

Le journaliste d'investigation se définirait aussi par opposition à une altérité : celle des fonctionnaires, de communicants (qui sont souvent d'anciens journalistes, *passés de l'autre côté*), qu'il faut savoir tenir à distance pour garder un *esprit critique*, et mettre en doute les versions officielles. Cette distance avec les sources renvoie au respect du code de déontologie : dans la Déclaration des devoirs et des droits des journalistes (Munich, 1971), l'article 9 précise : « *N'accepter aucun avantage, ni aucune promesse qui pourraient limiter son indépendance professionnelle ou l'expression de sa propre opinion* »¹¹.

Ces impératifs permettraient de comprendre la priorité donnée dans les discours des répondants aux deux autres modes de relation, « de négociation » et « conflictuel ». On peut aussi interpréter cette priorité comme la recherche constante de moyens de lever et/ou dépasser tout de même certains blocages

liés aux usages des TIC par les sources officielles, et comme principe d'efficacité et d'économie de la part des journalistes, dans la gestion du temps et du budget alloué à leurs enquêtes. Suivant ce principe, même un *no comment* lapidaire de la part des autorités, au lieu de représenter une fermeture, devient exploitable journalistiquement. Dans la même idée, le mode conflictuel peut être mis en scène dans une perspective de *naming and shaming* ancrée dans les effets de narration du journalisme d'investigation (Ekström et Johansson, 2008 ; Danielson, 2013 ; Petley, 2013).

Dans la mise en œuvre de ce mode « conflictuel », il s'agit de bien apprécier la marge de manœuvre des journalistes par rapport au code de déontologie. La Déclaration des devoirs et des droits des journalistes stipule qu'il ne faut « *pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies et des documents* »¹² (article 4 des devoirs des journalistes). Il est assorti d'une exception : dans le cas d'informations qui « ne peuvent pas être recueillies d'une autre manière, plus habituelle » et revêtant un « intérêt public prépondérant ». Dans le même temps, le principe de loyauté est aussi essentiel pour entretenir des relations de confiance avec les sources : l'outrepasser, même de manière exceptionnelle, équivaut à prendre le risque de l'isolement, d'autant plus important dans un contexte de proximité géographique avec les sources officielles, comme l'ont précisé les répondants. Courir ce risque serait contreproductif, ou même pénalisant sur long terme.

Plusieurs raisons nous incitent donc à penser que cet effort de catégorisation par « modes » resterait encore à affiner et à nuancer, étant donné la complexité des relations, la contextualité des situations « au cas par cas », les variations possibles autour des « règles du jeu » et la quantité de facteurs en présence. Le « mode collaboratif » défini par les chercheurs et théoriciens de la notion de 5^e pouvoir est surtout axé sur l'administration comme fournisseur d'informations et de contenus. Encore faut-il trouver les moyens valables de discerner un « mode de co-production » d'enquêtes, à l'initiative de sources officielles (par observation dans des salles de rédaction ? observation d'interactions lors de débats, ou de réunions professionnelles ? analyses de contenu plus poussées sur des investigations journalistiques publiées, afin de déterminer les origines des informations divulguées ?). Où situer par exemple la publication d'articles estampillés « enquête » dans la presse écrite, mais dont la majeure partie de la matière première et de la mise en forme (textes, images) sont fournies de toutes pièces par le secteur public (communiqués de presse et éléments provenant des administrations, à propos de procédures

officielles, telles que l'arrestation d'un coupable, le démantèlement d'un trafic, la clôture d'une enquête judiciaire, de police, etc.) ? Enfin, le chercheur ne peut placer dans la même catégorie une entente ponctuelle entre un journaliste et un fonctionnaire administratif, convaincu de lui-même de l'intérêt public du sujet traité.

Les modèles de stratégies des sources synthétisés par Erik Neveu et susmentionnés dans la section théorique, tels que « séduire » et « laisser jouer la sous-professionnalisation d'un titre », nous invitent à saisir la subtilité de ces différents types de rapports, dans la vaste gamme des possibles. Ils suggèrent aussi que le « mode collaboratif » peut être anticipé dans une certaine mesure par un éditeur ou un directeur de publication d'un organe de presse local, et même inclus jusque dans la stratégie de production du titre. Les pressions politiques et économiques exercées régulièrement par les sources officielles peuvent alors conduire l'éditeur ou le directeur de publication à l'abandon, plus ou moins systématique et en fonction de la pesée des intérêts en présence, de toute velléité de consacrer du temps et des moyens aux enquêtes journalistiques et à leur publication.

À l'autre extrême, le mode conflictuel pourrait être précisé à l'occasion de prochaines recherches en le croisant plus systématiquement et sur une plus grande échelle d'intervenants avec quatre grandes catégories de risques perçus par les intervenants rencontrés. Les deux premières sont les plus couramment invoquées, y compris dans la littérature scientifique : contraintes de temps et de budget, renvoyant en somme au modèle économique du média employeur, aux moyens accordés par la direction pour mener des enquêtes et/ou les cofinancer, les mettre en valeur ; contraintes dans les accès aux sources.

Un des apports de la présente contribution reste peut-être d'insister davantage sur deux autres risques perçus comme « non négociables » par les praticiens : la protection des sources (article 6 des « devoirs » des journalistes : « Garder le secret rédactionnel ; ne pas révéler les sources des informations obtenues confidentiellement »), mais aussi les risques d'isolement professionnel du journaliste, à la fois de l'ensemble des sources administratives (Erik Neveu l'exemplifie bien avec le modèle de stratégie des sources intitulé « contrôler »), de ses sources officieuses, mais aussi de ses confrères, voire de sa propre rédaction. Ce type de risque se retrouve dans diverses manœuvres, comme le retrait de l'accréditation, par exemple. Elles restent néanmoins difficilement repérables lors du processus de recherche : pour les sources comme pour les journalistes, les

évoquer revient à dévoiler des versants peu honorables de certaines pratiques professionnelles. Il est donc nécessaire de gagner toute la confiance des interlocuteurs en présence, au fil de rencontres successives et d'entretiens approfondis, pour les laisser affleurer.

Cinq journalistes ont ainsi fini par évoquer des cas de pressions extérieures (du secteur public, mais aussi du secteur privé) sur leur rédaction en chef, afin de faire rectifier ou effacer la version originale d'une enquête publiée. Certaines de ces mesures étaient accompagnées par la publication d'un article imposé, rédigé en partie à l'extérieur de la rédaction et démentant les faits avancés par le journaliste. De tels « arrangements » directs avec la hiérarchie du média avaient pour conséquence de porter atteinte à la réputation professionnelle des journalistes d'investigation. Elle les opposait de fait à leur direction et souvent, à leurs confrères.

Protection des sources et isolement professionnel, ces deux catégories de risques se retrouvent dans les évocations des situations très concrètes ayant mené les journalistes à des « points de ruptures ». Ceci, avec des conséquences d'ordre pratique : abandon d'enquêtes, scénarios de « sortie » volontaire de la profession (provisoire, définitive, par départ ou démission) ou involontaire (licenciement de leur média) ; fin de leur activité de journaliste d'investigation en général.

CONCLUSION

En Suisse romande, la généralisation et la professionnalisation des usages des TIC par des fonctionnaires des administrations, tant au niveau fédéral que cantonal, sont perçues par les journalistes comme une évolution relativement récente de leurs conditions de production de l'information. La majorité des journalistes rencontrés estiment que, du fait de leur maîtrise par des acteurs du 5^e pouvoir, les usages des TIC et leurs implications dans les relations sociales comportent désormais plus de risques que d'avantages. Ces risques renvoient notamment aux dimensions économiques des stratégies déployées par les sources officielles, qui exploitent des contraintes de temps, de budget et de moyens à disposition des rédactions, dans un contexte de crise accentuée des modèles d'affaires frappant en premier lieu la presse locale en Suisse romande, depuis une vingtaine d'années.

Nous avons proposé une première esquisse de typologie à propos de ces stratégies de contrôle par des sources officielles. Au vu de leurs influences possibles sur les pratiques, mais aussi sur la construc-

tion des identités professionnelles, ces stratégies gagneraient encore à être étudiées et décrites de manière plus systématique à des fins de recherche appliquée, notamment dans une perspective de contribution à la formation d'étudiants dans les filières « journalisme » au niveau Master. Dans leurs relations aux sources, les journalistes d'investigation entendus évoquent en effet davantage des modes « conflictuels », que « de négociation » ou « collaboratifs ». Parmi ces « conflits », sont abordés les répercussions sur leurs capacités d'enquête, voire leur réputation et identité professionnelles. En particulier, leur perception des risques liés à la protection des sources et à l'isolement professionnel est telle que de nombreux praticiens interviewés dans le cadre de cette recherche optent le cas échéant pour une « sortie » du métier. Plus de la moitié d'entre eux ont ainsi cessé de publier des enquêtes dans la presse en Suisse romande, pour diverses raisons, parfois simultanées ou liées.

Avec la crise économique que traverse la presse écrite, conjuguée aux changements technologiques et à la montée en puissance des communicants, que reste-t-il en termes de stabilité, au moins au niveau des définitions de l'identité que s'attribuent les journalistes d'investigation ? Cette stabilité se retrouverait dans rôle de 4^e pouvoir revendiqué, dans l'ensemble de leurs prérogatives et dans la plasticité de leurs savoir-faire. Cette plasticité s'exprimerait aussi dans leur capacité à alterner ou à cumuler plusieurs modes relationnels avec les sources officielles, pour exploiter toute la gamme des possibilités et opportunités de variation d'un mode à un autre. Dans la pratique et pour les journalistes, le fait de pouvoir jouer sur ces variations représenterait un moyen de perdurer. A l'inverse, marquer trop d'opposition aux sources ou rester limité au seul mode conflictuel, conduisent à l'isolement ; position qui n'est pas tenable sur le long terme.

Dans la perspective de recherches complémentaires et en suivant Denis Ruellan (1992 ; 1993 ; 2014), nous pourrions avancer l'hypothèse que le « *flo* constitutif » qui entoure la définition du journalisme d'investigation en particulier, s'explique aussi par cette nécessité intrinsèque de conserver l'avantage d'une large palette de solutions stratégiques et tactiques dans les activités de recherche d'information, malgré les changements de contexte. Il renverrait à la nécessité de conserver la plus grande marge de manœuvre et capacité d'adaptation possibles, face à la multiplication et à l'évolution constante des facteurs internes et externes conditionnant leurs conditions de travail et leur production. Faut-il même y voir une forme de refuge, ou de parade, en réaction aux stratégies développées par les sources officielles (« séduire », « laisser jouer la sous-professionnalisation d'un titre », « contrôler », cf. *supra*) ? Ruellan cite à ce propos une hypothèse de Luc Boltanski, sur « *l'indétermination productive* » caractérisant la formation des cadres : « (...) *c'est justement l'indéfinition et l'indétermination des limites du groupe, le flou des règles de ses accès et de son fonctionnement, qui garantissent sa pérennité, lui évitent l'éclatement (...)* » (Ruellan, 1992 : 29).

Il s'agirait bien d'« *indétermination productive* », lorsque les journalistes justifient au cas par cas le recours exceptionnel à des pratiques déloyales en jouant sur les limites de leur propre code de déontologie, comme seul moyen d'accéder à des informations d'intérêt public prépondérant. Ce principe serait aussi éclairant en ce qui concerne la réticence du milieu professionnel en Suisse romande à définir en quoi consiste précisément le journalisme d'investigation, quelles sont ses limites, et ses savoir-faire.

Date de soumission de l'article : 30 mars 2017
Date d'acceptation : 14 juin 2018

NOTES

¹ « *Baistow claimed that a fifth estate of public relations and marketing specialists was being deployed by political and economic elites to obscure and offset the critical oversight which journalists previously provided to protect the public interest* ». Traduction personnelle.

² Définies dans le texte de référence que constitue la Déclaration des devoirs et des droits des journalistes (Munich, 1971). Référence : http://www.presserat.ch/Documents/Declaration_2008_fra.pdf

³ <http://ire.org>

⁴ <http://gijn.org>

⁵ Voir : www.swissinvestigation.net/fr/directory/. Ce réseau, soutenu par les groupes Tamedia et Ringier, et par la RTS, a fusionné fin 2015 avec le réseau suisse-allemand [investigativ.ch](http://www.investigativ.ch), fondé en 2010. La nouvelle organisation compte environ 300 membres.

⁶ *Annales 2011 Qualité des médias - Jahrbuch 2011 Qualität der Medien*, Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft, Université de Zurich, Bâle, éditions Schwabe SA.

⁷ Leur identité a été anonymisée, de même que le nom de leur média employeur. Tous ont spontanément accepté le principe de ces entretiens, et ont montré leur intérêt pour cette recherche. Nous tenons à les remercier pour leurs précieux témoignages, et leurs réflexions.

⁸ L'analyse de leur perception concernant les principales évolutions historiques des conditions de travail en Suisse romande et les risques liés aux usages des TIC fera l'objet d'un prochain article, en cours de finalisation.

⁹ Plusieurs fonctionnaires contactés dès 2013-2014 par l'auteur dans le cadre de cette recherche ont admis qu'ils avaient pour consigne de se renseigner sur « le parcours » des journalistes sollicitant leurs services pour une interview, et sur leurs pratiques journalistiques. Une « non-entrée en matière » était imposée pour tout journaliste ayant déjà recouru à des pratiques telles que l'entretien-surprise, ou à des enregistrements clandestins.

¹⁰ Cette tendance a aussi été confirmée lors d'entretiens téléphoniques informels menés par l'auteur de cette recherche en 2013-2014, avec plusieurs fonctionnaires.

¹¹ Source : Déclaration des devoirs et des droits des journalistes, http://www.presserat.ch/Documents/Declaration_2008_fra.pdf. (Page consultée le 1er octobre 2017). Au-delà des discours entendus à ce propos, et qui sont à distinguer absolument des pratiques concrètes, les phases d'observation participante et des entretiens supplémentaires nous ont toutefois laissé penser que les modes collaboratifs avec diverses sources (officielles et officieuses) étaient plus fréquents et réguliers que ce que certains journalistes interviewés avaient explicité dans leurs témoignages. Cette piste resterait à exploiter par la suite, dans une prochaine phase de la recherche.

¹² *Ibidem*.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Adam, J.-M., Borel, M.-J., Calame, C., Kilani, M., 1995, *Le discours anthropologique. Description, narration, savoir*, Lausanne, Payot.
- Baistow, T., 1985, *Fourth-rate Estate: Anatomy of Fleet Street*, Londres, Comedia.
- Beaud, S., Weber, F., 2003, *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte.
- Beck, D., Raemy, P., 2017, « Are the Watchdogs Still Barking ? Exploring a Possible Gap between Journalistic Role Conceptions and Role Performance », Université de Fribourg, Recherche en cours, présentée au colloque de l'International Association for Media and Communication Research – IAMCR, Cartagena (Colombie).
- Bernier, M.-F., 2013, « La montée en puissance d'un "5e pouvoir" : les citoyens comme acteurs de la corégulation des médias ? », *Éthique publique [En ligne]*, vol. 15, n° 1/2013, consulté le 11 mars 2017, <http://ethiquepublique.revues.org/1077>.
- Bernier, M.-F. (Éd.), 2016, *Le cinquième pouvoir. La nouvelle imputabilité des médias envers leurs publics*, Québec, Presses de l'Université Laval.
- Bertaux, D., 2005, *Les récits de vie*, Paris, Armand Colin.
- Bonfadelli, H., Keel, G., Marr, M., Wyss, V., 2012, « Journalists in Switzerland. Structures and Attitudes », in Weaver, D. H., Willnat, L. (Éds.), *The Global Journalist in the 21st Century*, New York and London, Routledge, pp. 320-330.
- Chalaby, J., 2004, « Scandal and the Rise of Investigative Journalism in France », *American Behavioral Scientist*, vol. 47, no 39, pp. 1194-1207.
- Cooper, S. D., 2006, *Watching the Watchdog: Bloggers as the Fifth Estate*, Spokane, Wash, Marquette Books.
- Danielson, M., 2013, « "Shaming the Devil !" Performative Shame in Investigative TV-journalism », *Nordicom Review*, 34, Special Issue, pp. 61-74.
- De Burgh et al., 2008, *Investigative Journalism: Context and Practice*, London, Routledge.
- Ekström, M., Johansson, B., 2008, « Talk Scandals », *Media Culture Society*, vol. 30, no 1, pp. 61-79.
- Franklin, B. et al., 2005, *Key Concepts in Journalism Studies*, London, Sage.
- Franklin, R. A., Lewis, J. M. W., Williams, A., 2010, « Journalism, News Sources and Public Relations », in Allan, S. (Éd.), *The Routledge Companion to News and Journalism*, New York, Routledge, pp. 202-212.
- Greenslade, R., 2008, « Subterfuge, Set-ups, Stings and Stunts: How Red-tops Go about Their Investigations », in De Burgh, H. et al., *Investigative Journalism: Context and Practice*, London, Routledge, pp. 319-339.
- Grevisse, B., 2010, *Déontologie du journalisme : enjeux éthiques et identités professionnelles*, Bruxelles, éditions De Boeck Université, coll. Info & Com.
- Grevisse, B., Degand, A. (Éds.), 2012, *Journalisme en ligne. Pratiques et recherches*, Bruxelles, De Boeck, coll. Info & Com.
- Harcup, T., 2009, *Journalism – Principles & Practice*, Sage, London.
- Hunter, M., 1997, *Le journalisme d'investigation, aux États-Unis et en France*, Paris, PUF.
- Jericho, G., 2013, *The Rise of the Fifth Estate*, Carlton North, Scribe Publications.
- Kaufmann, J.-C., 1996, *L'enquête et ses méthodes : l'entretien compréhensif*, Paris, Armand Colin.
- Labarthe, G., 2016, « Shaming et mises en scène de pratiques journalistiques "déloyales" dans les documentaires télévisuels d'investigation. Une observation exploratoire », *Communication [En ligne]*, vol. 34/1, <http://communication.revues.org/6750>.
- Lejeune, C., 2014, *Manuel d'analyse qualitative. Analyser sans compter ni classer*, Louvain-la-Neuve, De Boeck.
- Lewis, J., Williams, A., Franklin, B., 2008, « A Compromised Fourth Estate? UK News Journalism, Public Relations and News Sources », *Journalism Studies*, vol. 9/1, pp. 1-20.
- Macfadyen, G., 2008, « The Practices of Investigative Journalism », in De Burgh, H. et al., *Investigative Journalism: Context and Practice*, London, Routledge, pp. 138-156.
- Marchetti, D., 2000, « Les révélations du "journalisme d'investigation" », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 131-132, pp. 30-40.
- Mercier, A., Pignard-Cheynel, N., 2014, « Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, vol. 5.
- Neveu, E., 2001, *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte.
- Parasie, S., 2015, « Data-driven revelation ? Epistemological tensions in investigative journalism in the age of "big data" », *Digital Journalism*, Londres, Routledge, vol. 3, no 3, pp. 364-380.
- Paugam, S. (Éd.), 2010, *Les 100 mots de la sociologie*, Paris, PUF.
- Petley, J., 2013, « Public Interest or Public Shaming? », in Petley, J. (Éd.), *Media and Public Shaming: Drawing the Boundaries of Disclosure*, Oxford, New York, The Reuters Institute for the Study of Journalism & I.B. Tauris, pp. 19-41.
- Posetti, J., 2017, *Protecting Journalism Sources in the Digital Age (WAN-IFRA Report)*, Paris, UNESCO.
- Puppis, M., Künzler, M., Schweizer, C., Studer, S., 2014, *Darstellung der Schweizer Medienlandschaft. Bericht zuhanden des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM), Rapport pour l'Office fédéral de la communication, Université de Fribourg*.
- Ruellan, D., 1992, « Le professionnalisme du flou », *Réseaux*, vol. 10/51, *Sociologie des journalistes*, pp. 25-37.
- Ruellan, D., 1993, *Le professionnalisme du flou. Identité et savoir-faire des journalistes français*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Ruellan, D., 2014, *Le journalisme défendu. Modèles de l'action syndicale*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. Res Publica.
- Schlesinger, P. et al., 1992, « Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme », *Réseaux*, vol. 10, n°51, pp. 75-98.
- Schnapper, D., 1999, *La compréhension sociologique*, Paris, PUF.
- Schönhagen, P., Hofstetter, B., 2014, « Wandel redaktioneller Strukturen und journalistischen Handelns », *Studies in Communication | Media (SCM)*, vol. 3, no 2, pp. 228-252.
- Shelton, M. L., 2015, *The Role of Corporate and Government Surveillance in Shifting Journalistic Information Security Practices*, Thèse de doctorat, University of California, Irvine.
- Strauss, A., Corbin, J., 1998, *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, London, Sage (2e éd.).
- Van Eijk, D. et al., 2005, *Investigative Journalism in Europe*, Amsterdam, VVOJ.
- Weber, M., 1971, *Économie et société*, 1. *Les catégories de la sociologie*, Paris, Plon.



Des journalistes d'investigation face au « 5^e pouvoir »

Collaboration, négociation et conflit avec des sources officielles en Suisse romande

Investigative Reporters and the Fifth Estate

Collaboration, Negotiation and Conflict with Official Sources in Swiss Romandie

Os jornalistas investigativos face ao “5^o poder”

Colaboração, negociação e conflito com as fontes oficiais na Suíça romanche

Fr. Cette contribution présente les premiers résultats d'une recherche empirique qualitative de type inductive et à visée exploratoire, inspirée d'une approche socio-ethnographique. Elle est basée sur une série d'entretiens semi-directifs menés en 2014-2016 avec des journalistes d'investigation travaillant ou ayant travaillé en Suisse dans les médias locaux, et mobilise la notion de « 5^e pouvoir » afin de mieux distinguer les trois principaux modes (collaboratif, de négociation, conflictuel) caractérisant les relations entre journalistes et sources officielles. L'objectif est de mieux comprendre en quoi le mode conflictuel peut être lié directement ou indirectement à des usages des technologies de l'information et de la communication (TIC) par des fonctionnaires d'administrations, limitant de fait le « 4^e pouvoir » traditionnellement attribué aux médias. Le focus est mis sur les dimensions économiques de ces stratégies, dans un contexte de crise accentuée des modèles d'affaires frappant en particulier la presse locale en Suisse romande depuis une quinzaine d'années. L'étude dresse une typologie de dix principales contraintes systématiquement identifiées par les journalistes, affectant leurs moyens d'investiguer voire, leur réputation et identité professionnelle. Elle conclut sur une « nécessaire réticence » des praticiens à définir en quoi consiste précisément le journalisme d'investigation, quelles sont ses limites et ses savoir-faire, comme moyen de conserver des avantages tactiques dans les rapports aux sources.

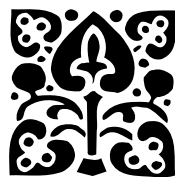
Mots-clés : Journalisme d'investigation, rapports aux sources, 5^e pouvoir, TIC, Suisse romande

En. This paper examines the initial results of an exploratory socio-ethnographic inductive and qualitative empirical study. It is based on semi-structured interviews held in 2014 – 2016 with investigative reporters working (or who had worked) in local media and draws upon the notion of the Fifth Estate to help distinguish the three main modes (collaboration, negotiation, conflict) that characterize the relationship between journalists and official sources. The goal is to better understand how the conflictual mode may be linked directly or indirectly to the information and communication technology (ICT) employed by officials and how it may limit the powers of the Fourth Estate—the media. The study focusses on the economic dimensions of these strategies within the context of the of the business model crisis local media in Swiss Romandie has faced over the last fifteen years. The study compiles a typology of ten major constraints systematically brought up by journalists that affect their ability to investigate, and consequently their professional identity and reputation. It concludes with a “necessary reluctance” on the part of the journalists to define investigative journalism precisely—its limits and know-how—so as to conserve a tactical advantage in their relationship with their sources.

Keywords: Investigative journalism, relationship with sources, Fifth Estate, ICT, Swiss Romandie

Pt. Esta contribuição apresenta os primeiros resultados de uma pesquisa empírica qualitativa, indutiva e exploratória, inspirada em uma abordagem sociodemográfica. Ela é baseada em uma série de entrevistas semiestruturadas realizadas entre 2014 e 2016 com jornalistas de investigativos que atuam ou tinham atuado na em mídias locais na Suíça. A pesquisa mobiliza a noção de “5º poder” para melhor distinguir os três principais modos (colaborativo, de negociação, conflituoso) que caracterizam as relações entre jornalistas e fontes oficiais. O objetivo é melhor compreender de que forma o modo conflituoso pode estar direta ou indiretamente ligado ao uso das tecnologias de informação e de comunicação (TICs) pelos funcionários da administração, limitando, assim, o “4º poder” tradicionalmente atribuído à mídia. Centra-se nas dimensões econômicas dessas estratégias em um contexto de crise acentuada dos modelos de negócios e que afetam particularmente a imprensa local na Suíça romanche nos últimos 15 anos. O estudo constrói uma tipologia de dez constrangimentos principais sistematicamente identificados pelos jornalistas, e que afetam os meios de investigação, ou até mesmo sua reputação e identidade profissional. Ele conclui apontando uma “reticência necessária” por parte dos jornalistas em definir de forma precisa o jornalismo investigativo, seus limites e formas de fazer. Essa reticência é uma estratégia para preservar as vantagens táticas dos jornalistas nas relações com as fontes

Palavras-chave: Jornalismo investigativo, relações com as fontes, 5º poder, TICs, Suíça romanche.



What We Talk about When We Talk about Local Journalism

Tacit Knowledge during the Digital Shift

KARIANNE SØRGÅRD OLSEN

Nord Universitet
Norway

karianne.s.olsen@nord.no



Norwegian local journalism – as with journalism worldwide – is going through extensive changes due to the digital shift (Nielsen, 2015; Nygren and Dobek-Ostrowska, 2015; Omdal, 2013; Peters and Broersma, 2013; Witschge et al., 2016). The digital shift leads to changing practices, which again lead to changing knowledge and competence requirements (Kramp et al., 2015; Nielsen, 2015; Peters and Broersma, 2013; Singer et al., 2011).

Contemporary (local) journalism is a complex field and, even more so, a field in flux (Witschge et al., 2016). A lot of knowledge is ‘in the making’. Little is written about tacit journalistic knowledge, and for online local journalism this remains an untouched field. This interview-driven study seeks to fill that gap, by considering the local journalistic discourse around roles and everyday activity.

The literary reader might notice that the title of this paper is a pun on Raymond Carver’s (1981/2010) short story collection, ‘*What We Talk About When We Talk About Love*’. The title is meant as something more than a clever pun: Carver’s stories thematise the complexity of the modern world, and the paper’s title also indicates that meaning and knowledge exist between and beyond words. When I was interviewing local journalists about their con-

Pour citer cet article, to quote this article, para citar este artigo :

Karianne Sørsgård Olsen, « What We Talk about When We Talk about Local Journalism. Tacit Knowledge during the Digital Shift », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 7, n°2 - 2018, 15 décembre - December 15 - 15 de dezembro.
URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

temporary work situation and role understanding, the following thought struck me: they all talked a lot about ‘digital competence’ but were unable to articulate the meaning of the term – even when directly asked. It was like they *knew* it, but could not fully verbalise it. This triggered my interest in the tacit knowledge dimensions of the profession.

Tacit knowledge in journalism deserves more research, as it is a matter of scrutinising the core values of journalism – such as newsworthiness (Dimmen, 2009). This interview-driven study aims to clarify some of the underlying tacit knowledge dimensions tied to contemporary professional challenges. This includes online communication, online news production and online roles, as well as how to handle the changes brought on by the shift.

Collins (2010) emphasises that most professional tacit knowledge can be articulated, and is thus easier to transfer. He also argues that explication of tacit knowledge may remove insecurity in professional situations. The current study rests on this notion. As (local) journalism adapts to new frameworks, new technology and limited resources, it is crucial to reflect on practices. An explication of local journalists’ discourse around their knowledge and competencies can identify and illustrate what the profession considers unclear and uncertain. It can also clarify the new forms of local journalistic knowledge emerging, including the content of the somewhat fuzzy term ‘digital competence’. Through addressing areas of unarticulated (digital) know-how, issues regarding everyday work, professionalism, localness and local journalistic quality can arise, and in turn provide a useful basis for later research. In addition, and in line with Hermida (2011), research on the ongoing changes in contemporary journalism has historical value.

The article answers the following research question: *What tacit knowledge can be elicited from local journalism actors’ discourse around online work and activity?*

Discourse is, in this article, understood as “culturally ingrained and institutionally powerful ways of looking at, experiencing and understanding particular areas of social life” (Deacon et al., 1999, 147). Analysing journalists’ discourse is a fruitful way to comprehend “*what matters*” in journalism (De Maeyer, 2016, 467).

The paper is structured as follows. First, a section elaborating on contextual matters. Next, a presentation of the tacit knowledge theories that provide the analytical toolkit for the analysis. This is followed by a description of the methodology, before

the text moves on to the analysis. The analysis section is divided into three main dimensions of tacit knowledge, addressing what local journalists say about (1) their relation to the audience, (2) composing good online stories, and (3) online self-presentation and behaviour.

CONTEXT: DIGITALISATION, PROFESSIONALISM AND LOCALNESS

Norway is part of what Hallin and Mancini (2004, 144) refer to as the *Democratic Corporatist Model*, indicating historically high circulation rates, substantial autonomy, strong professionalism and a strong local press. Looking at its history and development, Norway’s media situation is similar to other North-European countries. Norway is called “*the land of local newspapers*”, and a majority of the 230 existing newspapers are local (Høst, 2016). In Norway, local media employs most of the journalists, and the local press is the spine of everyday Norwegian media structure (Mathisen, 2010). The district offices of NRK¹ have good ratings as well. Local media is important for the democratic infrastructure, local culture and identity, and for channelling local political information and news (Omdal, 2013). Both in the Norwegian press and in public broadcasting (NRK), online news is gaining increased preference over print, TV and radio. Today, the local press is experiencing severe circulation decline and downsizing after withstanding the general development for a number of years (Høst, 2014).

In this article, (local) journalism is understood as a profession, in line with Abbott’s (1988) understanding as a way of structuring expertise, relying on both theoretical and practical knowledge. Freidson (2001) underscores the professional use of *discretion*, implying that the occupation’s use of expertise – founded in knowledge and experience – cannot be left with just anyone. For journalism, this is a question of social responsibility (cf. Kovach and Rosenstiel, 2001).

Questions concerning the de-professionalisation of journalism – understood as decreased journalistic autonomy and sense of social responsibility – are under discussion both nationally and internationally (Bjerke, 2009; Freidson, 2001; Nygren, 2008; Nygren and Dobek-Ostrowska, 2015). Convergence, including the impact of social media, blurs many old distinctions (Hermida, 2011). New skills, ways of thinking and modes of working are emerging. Online traffic is important both for revenues and public standing. High traffic means bigger audiences, more money and general interest. Engebretsen (2007)

points to fascination, experience and engagement as indicators of quality in digital journalism. User interaction is a central feature of contemporary journalism (Singer et al., 2011), and several scholars have underscored the increased public power (cf. Picard, 2011). Meanwhile, there has been a change in loyalty among the audience, and multi-platform consumption of news is the new normal (Purcell et al., 2010).

The use of social media is blurring old boundaries of journalism (Hermida, 2016; Steensen, 2016), and new demands of journalistic transparency challenge old professional ideals concerning objectivity and neutrality (Gynnild, 2012). Journalists increasingly use social media and other digital platforms to interact with users and sources (Gulyás, 2013; Hedman, 2015; Hermida, 2016; Zeller and Hermida, 2015). This implies that there is a less institutionalised communicative practice than before (Hermida, 2016), and journalists have a harder job balancing professional and private identities (Steensen, 2016). Journalistically speaking, there may be discrepancies concerning the news outlet's need for credibility and objectivity (Hermida, 2016). Social media involves a loss of control for journalism actors, as the knowledge of who the audience is, as well as when, where and how news is consumed, disappears (ibid.). This is a crucial change for local journalism, where the ideal reader has traditionally been the next-door neighbour (cf. Eco, 1979).

The everyday work and role of journalists are also changing with the digitalisation. In digital local journalism, more time is spent inside the newsroom, journalists produce more news than before and 'global' news angles are necessary to make the news generate online traffic (cf. Lamark and Morlandstø, 2014; Nielsen, 2015; Nygren, 2008; Omdal, 2012). However, time is becoming an ever scarcer resource in journalism, and it is hard for journalists to find time to learn new practices and tools (Avilés and Carvajal, 2008; Lamark and Morlandstø, 2014). Still, not *everything* changes in the rhythm of digitalisation. Paulussen (2011, 62), with a reference to Boczkowski (2004), writes: "*Newsroom culture consists of unwritten rules, tacit norms and shared professional values (...) embedded in the habits, hearts and minds of journalists*". Paulussen (2011, 62) underlines that cultural change is a slow process. Unwritten rules, tacit norms and professional values are also the subject of the next section, where I elaborate on theories of tacit knowledge.

Professional tacit knowledge and tacit knowledge in journalism

Professions rest on a basis of knowledge. This knowledge base contains both explicit (spoken/writ-

ten) and tacit knowledge (Grimen, 2008; Molander and Terum, 2008). The classical, scientific definition of knowledge is that statements must be justified through true beliefs (Plato, in Fine, 2003). Professional knowledge, however, consists of *both* intellectual and cognitive knowledge on work ethics, situational discretion, (social) responsibility and practical *know how* (Kennedy, 1987; Oltedal, 2012; Smeby, 2008). This implies a broader understanding of knowledge than Plato's definition. In professional everyday life, much knowledge 'in use' will be of a practical and often unspoken kind: *tacit* (Ryle, 1963; Smeby, 2013). Tacit knowledge evolves from how we experience, judge, act and think based on verbally unarticulated knowledge. The knowledge might be tacit because it is yet to be spoken, or because it is impossible to articulate (Grimen, 2008, 79). Tacit knowledge has always been a crucial part of the journalistic knowledge base, and journalists are viewed as "*intuitive experts*" with professional knowledge that some find difficult to articulate (Dreyfus and Dreyfus, 1986; Gravengaard, 2011).

In the following section, I give a brief description of three main traditions regarding the understanding of tacit knowledge (cf. Grimen, 2008). In addition, I present relevant theories and examples to illuminate the core of these understandings.

The first tradition is the phenomenological tradition. Here, the term *lifeworld* comprehends the horizons of considered and unconsidered thoughts and actions belonging to an individual's concrete and sociocultural world (Berger and Luckman, 1996; Husserl, 1962; Schütz, 2005). Knowledge might be tacit because it is impossible to articulate all that is known at one time, or because it is not reflected upon (Husserl, 1962). In one's lifeworld, knowledge and fields of competence may be implied or presupposed (Habermas, 1981). A local journalist's lifeworld horizon might consist of the local culture, traditions and mindset, as well as his/her interests, work, and relation to friends, family and co-citizens (cf. Molander, 1996). Sumpter (2000) studied work routines of editors, and found that they construct typifications of their audience. These typifications emerge through newsroom interactions or through interactions with acquaintances, friends and family. Typifications are hence imagined audiences, based on lifeworld knowledge. According to Sumpter (2000), audiences influence journalists through the latter's intuition and assumptions – which again creates routines.

Routines bring us to the second tradition, Wittgenstein pragmatics. This tradition emphasises the foundation of rule-bound behaviour (Wittgenstein, 1953; 1969). The term *praxis* comprehends the com-

pleteness of verbal and non-verbal rules and repertoires of action. Praxis is what theories arise from, and speaks for itself. The verbal language is inadequate – yet not unnecessary – when it comes to the knowledge of praxis. In addition, norms and rules of conduct limit what is accepted and expressed through words (Grimen, 2008). Hence, it is a gap between the recognisable and the articulable. One relevant example of journalistic *praxis* is the knowledge of newsworthiness. Schultz (2007) names this seemingly self-evident sense “*the journalistic gut feeling*”. This gut feeling exists both within the bodies of journalists and within the walls of newsrooms, and the knowledge consists of non-negotiable norms, explicit news criteria and disputable arguments. It develops through practice. March and Olsen (2004) describe the unwritten rules and regulations concerning legitimate conduct in organisations as the “*logic of appropriateness*”. This understanding of action is based on adaption and adjustment, and thus contains tacit knowledge. It is possible to transfer professional tacit knowledge. Dreyfus and Dreyfus (1986) show how professionals turn from *novices* to *experts* through the repetition of practices. Benner (1984) points out that this kind of expertise enables the professional to see situations in their completeness. She proposes that one can gain knowledge and skills (“knowing how”) without learning the theory (“knowing that”). Gans (1979) showed that journalists only have a vague and abstract sense of what news audiences want, and rely more on professional routines. Journalists think that news values are an abstraction of what the audience values, when in fact news values are learned through processes of professional socialisation (Breed, 1955; Tuchman, 1978). The notion of tacit *relational knowledge* is further developed by Collins (2010), who points out that social interaction (between individuals or within groups) keeps some knowledge unarticulated – either because of norms or because articulation is unnecessary.

The third tradition is based on Polanyi (1962; 1966), and will only be elaborated on briefly here. Polanyi (1966, 4) focuses his interest on what is and what is not possible to articulate verbally. Alternatively, to quote his most well-known phrase: “*we know more than we can tell*”. Polanyi distinguishes between the *focal term* and the *distal term*: the focal term refers to all the small pieces of information, which add up to the bigger picture – *the distal term*. Thus, some elements of the world must be taken for granted – and by being *indwelt*, they constitute a background for our actions (ibid.). Dimmen (2009) analysed tacit journalistic knowledge through Polanyi’s concepts, and showed how the “*immunising mantra of journalistic judgement*” is both complex and manifold.

As shown, not all forms of knowledge reflect the Platonic definition of knowledge. In local journalism, the tacit, indwelt knowledge about the community becomes a specific dimension. Lamark and Morlandstø (2002; 2014) show how the localness of local journalism creates specific challenges in connection with role and activity: the local journalist has to find ways to be proximate, but effective and neutral.

The article returns to these notions in the analysis, after a description of the methodology.

METHODOLOGICAL APPROACH

This is an interview-driven study, conducted through semi-structured in-depth interviews with 16 local journalism actors who belong to four different newsrooms in two different Norwegian communities.² The journalists and editors belong to both local newspapers and the district offices of the national broadcaster, NRK. The NRK district offices are nationwide the most popular local aired media. Through strategic documents, NRK has decided to make a distinct commitment to digital platforms and social media. The two newspapers chosen are typical Norwegian local newspapers in the sense of size, readership and area of coverage. They are also typical in that they are experiencing a digital turnaround with circulation decline and downsizing.

The choice of interviewees was strategic and breadth-based, grounded in the interviewees’ fields of work and expertise, experience, age and gender. The common denominator is that they all work full-time in local journalism on both digital and traditional platforms (TV, radio, newspapers). They are anonymised using pseudonyms, but understand and agree with the possibility of indirect identification.

The recorded interviews took place in May and June 2014, and lasted between 45 and 90 minutes. The interview guide – which served as a guideline throughout the conversations – contained questions about practical everyday work, reflections on the journalist’s role, quality in journalism, relation to the public and technology/platforms, social responsibility and experiences with the digital shift³. It was important that the interviewees were given space to address matters they personally considered to be important.

The analysis draws on theories of tacit knowledge, partly anchored in professional theory. I chose an interactionist-interpretation approach to access the tacit knowledge dimensions (Järvinen and Mik-Meyer, 2005). This implies that the researcher actively goes beyond the interviewees’ words,

in order to capture meaning through reflection and analysis. The focus lies not only on what is being said, but also on the choice of words, the tone and atmosphere throughout the talks, as well as possible social conventions binding the interviewees. It was important for me, as a researcher, to consider the social identities negotiated by the local journalists throughout the interviews.

The categorisation and systematisation of the transcript material was achieved by taking the following steps: 1) Going through all the interviews and interview notes, taking notes on what emerged as central topics⁴. 2) Re-reading the transcripts and making sub-topics, by grouping emerging themes under the main topics⁵. 3) Coding the entire material in HyperResearch, systemising all relevant statements under one or several sub-topics. I also made summary notes on each interviewee's narrative, answering the question of *what is essential here*. Each note consisted of two parts: a summary of the central quotes and stories, followed by my interpretation of the statements (cf. Denzin's (1999, 312–313) notion of how description of meaning is also ascription of meaning). The notes also accounted for my role in the interviews. Through all of this, and with the use of existing theories on tacit knowledge, the three dimensions took shape.

Tacit knowledge is not something one can ask about directly. The answers to my research question emerged implicitly, and were discovered through repeatedly reading and dialectically interpreting the material. Metaphorically speaking, it was like discovering small drops of knowledge trickling out between the spoken words. Hence, the analysis rests on interpreting the underlying meaning – bringing these drops into unity.

There are both affordances and limitations to the approach chosen. On the one hand, the underlying meaning is elicited from the local journalists' discourse. On the other hand, the findings remain as interpretations, not as "facts". The answers come from interviewees with interests, motives and a human need to idealise their roles (cf. Goffman, 1992). Hence, the research is *reality-reflecting* more than *reality-establishing* (cf. Staunæs and Søndergaard, 2005, 51). Maintaining a critical distance from the discourse displayed was therefore important for me. Yet, language both produces and discloses the world (Alvesson and Kärreman, 2005), and it would be meaningless to presume that the local journalists' discourse cannot tell us any truths about knowledge in local journalism. As Dawson and Prus (1993, 166) note, language also creates inter-subjectivity and a human will to create and maintain meaning.

With this notion in mind, the text moves on to the analysis.

THREE DIMENSIONS OF TACIT KNOWLEDGE IN LOCAL JOURNALISM

This section of the article presents and analyses relevant data derived from the interviews, and is structured through three different local journalistic dimensions. Each dimension focuses on an area in which tacit knowledge seems to be an important part of the knowledge base. The first section explores dimensions that directly and indirectly relate to the online audience. The second part scrutinises aspects of local journalistic production. The third part looks at the local journalistic role during a time of transparency and change. In sum, the analysis seeks to clarify aspects of local journalistic tacit knowledge – as they appear from the professional discourse.

The New Presence: Audience conceptions and approaches

The interviewees describe the core of local journalism as presence in, and closeness to, their community: "*The most dangerous thing that might happen to a local newspaper is to appear as presumptuous and unapproachable*", according to Hans (44). Both Hans and the other interviewees express the importance of continuous communication with both sources and the public. A contemporary challenge is that the tempo of online production extensively ties them to the newsrooms:

"We do indeed lose very many good stories when the capacity of getting around in the community disappears. At least, I think so. However, we are doing a good job on Facebook – we simply have to use social media as a replacement for real-world experiences." (Eivind, 47)

The quote represents two common views among the local journalists interviewed: that online arenas of communication are replacing real-life interaction, and that Facebook is the most important social media site. Furthermore, the journalists explain how they try to consciously signalise public-mindedness and down-to-earth-ness in a range of ways when switching from real-life to the web. They use elements from their more general lifeworld-horizon to do so. Katrine, for example, says that she adds a "hug" at the end of her Facebook updates to the audience – just as she does with her friends and family. We see a link to Sumpter's (2000) findings of how journalistic routines emerge through audience typifi-

cations, which again are based on real-life relations. In addition, this is *relational knowledge* (Collins, 2010) – Katrine explains how she has experienced the effectiveness of her “hugs” through testing it on the audience. Eva (45), whose favourite way of collecting news stories earlier was by hanging out in the supermarket with a shopping cart, recounts:

“Today, I do not get many spontaneous tips. That harmless, friendly appearance you can put on when you stroll around with a shopping cart, well, you are without that behind a screen. You appear much, much more intimidating.”

Hence, the personalisation of digital local journalism is, according to the local journalistic discourse, based on what Örnebring (2009, 12) refers to as *re-skilling*, more than de-skilling or de-professionalisation. The local journalists try to transmit some traditional and personal elements of presence into the online sphere. The interviewees are concerned with the amount of informal and unspoken codes, practices and rules online – tacit knowledge dimensions they have to *relationally* (cf. Collins, 2010) learn by doing. Those who lack a “*digital gut feeling*” (cf. Schultz, 2007) are likely to stay away from online news, social media, debate moderation and general public communication. “*Employees shying away from social media and other digital platforms is a bigger problem than employees misusing the new possibilities*”, according to editor Björn (51). This becomes a paradox, as gaining experience presupposes participation. All of the interviewees know the importance of social media. Nevertheless, *knowing that* is something quite different from *knowing how* (Ryle, 1963). *Knowing how* is – for the interviewees – learned through the repetition and internalisation of a practice which is under development. The local journalists are on their way from being online novices to reaching some level of online expertise.

Some respondents describe the interpretation and internalisation of adequate online behaviour as extremely demanding – they underline the ‘on’ in online. This said, the discourse around being a well-adjusted local journalist does not promote the digital avant-garde journalist. Rather, the interviewees underline the importance of knowing which levels and rhythms are appropriate for their public. Hans (44) explains that the newsroom does not use Snapchat unless the majority of the public do. It is a matter of connecting to a virtual local community as well as the real one. How does the newsroom, then, know the digital level of their hometown? Looking at different parts of the interviews, the following answer appeared: By noticing what does and does not work on their website. By noticing what people talk about on social media, as well as at parties and meetings.

By noticing which channels the audience uses to address the newsroom and journalists. By talking to friends and families, sources and tippers, and by being aware of general trends and developments. Both local life and journalistic technological developments constitute *the distal point*, the background, while digital strategy is the focus, *the focal point* (cf. Polanyi, 1966). In everyday work, the journalists see the sum, not the parts. Additionally, the discourse seems to contain tacit knowledge about *closeness*. Björn (51) explains:

“We have to develop constantly. At the same time, we have to provide the public with services they can relate to and understand. So, as a local media we must know how to succeed with both development and tradition, in order to stay close to the public.”

Björn underscores that traffic-generating *curiosa* and infotainment is something the audience want, and therefore should have. In his eyes, this does not displace the more serious journalism. We see how the contemporary *logic of appropriateness* (March and Olsen, 2004) – the adjustment to the new unwritten rules – includes a certain service-mindedness. Most of the interviewees regard public power and participation as a journalistic benefit – the newsrooms do not get away with mistakes, negligence or carelessness as easily as before. The discourse contains a notion of local journalism depending on the public. Underlying here is the tacit relational perception (cf. Collins, 2010) of the audience as a proper guideline for what local journalism should be online. Yet, as Gans (1979) pointed out, journalists’ sense of what the audience wants is vague and abstract. The local journalists, however, claim not to uncritically adjust to what generates online traffic. An NRK journalist states the following about *curiosa* and infotainment vs. seriousness and public education in online news:

“It is a 60/40- or 70/30-percent kind of thing. Clickbait journalism and critical journalism connect in this sense. If we, stubbornly, only publish what we think is important, serious and socially beneficial, well, the readers will eventually abandon us. Therefore, we have to learn ways of giving them a little bit of both.” (Katrine, 42)

This is not something journalists mathematically or strategically work out during production, it is a gut-based notion, according to Katrine. Sverre (61) states that local journalists and their audience are “*on the same team*”, while Mads (60) underlines the act of “*inviting the public in*”. However, these things remain undiscussed in the newsroom. According to Katrine, it would be breaking a silent norm to ver-

bally embrace the conceived importance of *curiosa*. It is against the underlying and often unspoken rules and repertoires of action; the newsroom *praxis* (cf. Wittgenstein, 1969). Still, the expressed notion of public-mindedness is in line with Heinonen's (2011) idea of contemporary journalism being less about demarcation and more about dialogue. Then, it becomes clear that the context-specific knowledge of "*what is going on in our community*" (Inger, 28) is important. What your friend is busy doing is as important as what the mayor is busy doing.

Then, who do the journalists regard as their online audience, geographically speaking? They seem to think in terms of levels that do not exist when producing content for local newspapers, radio or TV. Tools can influence practice in subtle ways (cf. Boczkowski, 2009; Domingo, 2008; Heinonen, 2011). Online, there is an always-present chance of reaching out regionally, nationally or globally. Consequently, the discourse around online audiences becomes quantified and blurry. For some journalists, even confusing:

"It is difficult to know where to put your focus and energy. We disagree on whether our expertise should be hyperlocal or more general. Moreover, which segments of the public should we aim most heavily for? The young ones? The very young ones? The old and loyal ones?" (Eivind, 47)

The interviewee craves for concrete, articulated knowledge about how to prioritise. The newsroom's *journalistic gut feeling* is not sufficiently developed at present. Another challenge is that clickbait journalism – according to some of the interviewees – is viewed as the enemy of decent local journalism. Finn (30) explains:

"The ratings are unimportant. I am comfortable writing the least read online news, as long as I know someone is reading it. When writing about community politics, you will never be a winner, speaking in terms of online traffic. The point is that readers should have the possibility to read such stories, ratings unconsidered." (Finn, 30)

Finn tells me that he thinks this way because he is more concerned with his *community* than with *journalism* per se. "*The local citizens are the most important part of local journalism*", he states. According to Finn and other interviewees, expressing such thoughts is considered somewhat reactionary within the newsroom – where going viral is the spoken ideal. Again, we see an example of something left silent because it conflicts with newsroom *praxis*.

While Finn makes a tacit typification of the audience as co-inhabitants in need of local journalism (cf. Gans, 1979; Sumpter, 2000), the more digitally oriented journalists see the audience in a more quantified and general way. They also see the audience as more powerful: "*If we do not give the people what they want, they will forget us very quickly. That is how it works nowadays*", according to Hans (44). Through the quotes from Finn and Hans, we see a discrepancy in the individual *journalistic gut feeling* (cf. Schultz, 2007) of what the audience is, needs and wants – or, in line with Collins (2010), two different kinds of relational knowledge. Relational knowledge is also essential in the next section, which deals with the everyday production of news.

The New Practice: Writing for different levels and platforms

According to the interviewees, local journalists produce more and work faster than before. Consequently, professional discussions and occupational aloud-thinking decreases (cf. Lamark and Morlandstø, 2014). Both journalists and editors describe the present as a time of feeling one's way towards what online news should be. They seek knowledge that might secure journalistic boundaries, economy and social responsibility. It is a question of sticking to the rules of *praxis* (cf. Wittgenstein, 1953), both in terms of traditional norms and new demands. Furthermore, the *logic of appropriateness* requires the competence of juggling traditional news criteria with new and shifting norms of presentation. As Hermida (2011) notes, the development is not merely technology-driven, but a complex interaction between professional culture, and public and journalists' views on the Internet and technology.

Furthermore, the interviewees describe the use of a local journalistic gut feeling (cf. Schultz, 2007) when moving towards appropriate online content. In sum, this is news "*affecting the hearts, wallets or everyday world of the public*" (Katrine). It is important to find news that can transform into the "talk of the town" – what everyone discusses during lunch. This, again, relies on *relational knowledge*. When talking to the interviewees, the local context arose as both a precondition and a challenge. In Tønsberg, the public were concerned with infrastructure politics, while the conservation of the New Norwegian dialect was a hot potato in Førde. The journalists struggled to find intersections where such material could work in the local context and, hopefully, go viral. Again, the gut feeling is at play, balancing a myriad of more or less considered elements, *focal terms* (cf. Polanyi, 1962), tied to the specific cases.

'The Brown Cheese Case', became a viral story in 2014, mainly due to social media. One of the newsrooms wrote a story about a kindergarten forbidding the traditional Norwegian cheese at the children's lunch due to the amount of sugar it contained. The local story turned into a huge national debate concerning personal health, bureaucracy, meal traditions, kindergarten policies, national health policies and parents' freedom of choice. One of the journalist remarks:

"It practically became the story of the year! In my eyes, the way the online story was presented by the front editor was very tabloid. (...) I had NEVER predicted such a trivial matter to go viral. But, I seldom predict those sorts of things." (Mads, 60)

Hence, prediction is difficult. Feeling one's way also implies the risk of failing. Another newsroom put both economic and human resources into a large graphics project. However, the newsroom suffered from a relational knowledge shortage. The local audience were uninterested in graphical illustrations of news stories. Seemingly, the new priority was more in line with explicit and general knowledge about digital journalism than with the tacit lifeworld knowledge about the local audience.

When reaching out for audience responses (online traffic), the interviewees explain that they adopt an audience perspective to generate know-how on writing a good clickbait story. In the research interviews, they often referred to personal reading habits as well. Hence, they use both tacit lifeworld knowledge and social imagination based on personal media use when writing for digital platforms. An NRK journalist tries to explain how to make a good online headline:

"Oh my God! That is SO difficult to explain – may I gaze at my Facebook to comment? I am only using myself here, but I guess I am quite normal: not so highly educated (...). Well, "Investigating gaps in the search for Maddie" is quite poor. However, this one is good: "Declined Dancing with the Stars for something completely different". It generates curiosity. You just know it spot on when the headline works!" (Katrine, 42)

We see how Katrine relates to the public ("normal", average education) and follows her own notions to determine what a good clickbait headline is. That said, the journalists generally claim to deplore the extent of too "easy-going" journalism online, craving news that is more substantial. They describe making local journalism as an act of balancing – between different levels (local/regional/national), tabloid and solid, entertain-

ment and seriousness. They are trying to find a way of doing what Tuchman (1973) calls "*routinizing the unexpected*". Sverre (61) humorously describes the staff as "*clickbait whores*", but underlines the fine balance:

"(...) at all times. Our position in the local community is super important, so online traffic is essential – much more than payment through online subscriptions. The number of readers means everything!"

Sverre further explains that online news is defined as the number one priority. This goes for all the newsrooms. Still, the discourse is heavily tied to traditional platforms. Jens (35) explains:

"We discuss the front-page headline every single day. We relate to the newspaper frequency at all times, and believe there can only be one main story per day – one story that ought to carry the rest of the product."

The quote points towards the fact that the newsroom walls are still full of traditional journalistic gut feelings (cf. Schultz, 2007). This is in line with what Witschge and Nygren (2009) found in their research on Swedish and English journalists. Print journalists tend to think in old styles and terms to a greater extent than TV and radio journalists. Nevertheless, clinging completely to traditional ways of doing local journalism is neither accepted nor really discussed, according to the interviewees. Still, some journalists have strong feelings and arguments for the traditional platforms. Olav (46) says he is:

"...emotionally stuck in the old days with the print. It worries me that the things I write about – local politics and such – may appear as boring to read online."

This quote is in line with what different scholars describe as journalists' professional narrative of decline (Davies, 2008; Örnebring, 2009). As shown, new norms and rules of conduct regulate what is socially accepted as relevant knowledge, statements and strategies in both local journalistic interaction and writing. Molander (1996) underscores how tacit dimensions of knowledge are tied to social structures and status. Furthermore, he notes that the articulation of certain forms of tacit knowledge is not arranged for. Examples of this are also given in the next section, which scrutinises elements of the new professional role.

The New Professional Role: Coping with transparency and new ideals

According to the interviewees, social media use requires knowledge about new unwritten rules and

codes of conduct – adequate online behaviour is a question of “*cracking the code*”, “*balancing*”, “*juggling*”, “*coping with changes*”, “*feeling one’s way*”, “*having a gut feeling for what works digitally*”, “*keeping a flexible attitude*” or being “*in line with the public*” – just some of the challenges the journalists mention when talking about being online. Praxis – the unwritten rules of conduct – changes in several ways, but “*balancing*” and “*juggling*” have never been subjects in journalism courses. It is *know-how* more than *know-that* (cf. Kennedy, 1987), based on practice as well as lifeworld knowledge about the local.

Ragnar (47) recounts a time when he posted a picture on Facebook that showed him with a bottle of wine. His comment underneath the photo contained a humorous, yet tough, comment about a current local problem involving farmers speeding with tractors. He narrates:

“After five minutes I removed the post. It was relatively innocent, but I want people to regard me as a serious person; it is important for the job. I wish people were a little less... well, I have quite a few truck drivers as Facebook friends, and they can be ironic, careless and out-of-control as much as they want. I sometimes wish I had a job like theirs – where I could ignore what local people may think about me.”

The journalist is indirectly expressing that the local journalistic *praxis* (cf. Wittgenstein, 1969) puts a strain on him. Ragnar, as well as the other interviewees, underlines a conscious balance between personal and professional roles. This generates a consciousness about conduct and self-presentation online; little is casual or spontaneous. An editor explains: “*It is all about staging yourself! I am kind of a fake persona online. (...) I am mainly cynical and calculating when using social media*” (Björn, 51).

As shown earlier, personalisation has become an important strategy for many of the local journalists. Personal elements on social media might spice up the professional presentation. These journalists underline the importance of presence and visibility. However, the rules and ethics of this practice are few. There seems to be a silent, yet diverse, understanding of what is socially acceptable or not online; delivering semi-rude and half-drunk comments about local farmers is clearly over the top. This understanding relies on *relational tacit knowledge* (cf. Collins, 2010). The tacit normativity of both the local and ‘global’ must be considered on social media. The audience might be “*the average reader, the viral community, my grandmother, my editor, old friends or politicians that follow me – and that is challen-*

ging” (Finn, 30). The solution is often to keep things harmless:

“Letting people know which films and books I enjoy, is not something affecting my professional role. I also share music, funny videos and aphorisms...those sorts of things. I try to keep it positive and optimistic. It is nice to let people know that we are more than stiff and boring journalists. That we are like them.” (Katrine, 42)

Katrine is trying to keep shared posts easy-going and positive, both on the newsroom’s page and her own, knowing that no controversies will arise from that. Professionally, she tries to be “*the same person as in my spare time*”. Again, we see how relational knowledge about face-to-face interactions is transmitted to online interactions. Oltedal (2012) underscores how the new media landscape, with social media and increased informational access, tests existing professional journalistic ideals. My research confirms this, as the *personal transparency* (Hedman, 2015, 8) – revelation of personal information – is a question of balancing, staging, trying and failing. The interviewees all consider themselves to be careful. Yet, the rules that nobody tells you can be hard to handle, and are often learned by crossing that fine line of appropriateness – as illustrated with the tractor-and-wine example. This example also underlines how journalists are forced to take (possible) responses from the *local* culture into consideration. In the tractor case, local farmers had been the subject and source of debate for quite some time.

The new local journalistic role is a complex matter. The journalists relate to a range of public, editorial, ethical, technological and professional demands. The digital shift comes with new requirements regarding where to work, when to work, how to work, and what and whom to be occupied with. The interviewees say they are concerned with several ways of coping with the new situation, and with finding their place in the new landscape. Eva describes it as a question of coping. Throughout the interview she mentions coping with the amount of changes, coping with tempo and productivity demands, coping with insecurity and coping with new forms of interaction. The interviewees are also concerned with the balance between neutrality and transparency – the latter mainly considered beneficial. According to several of the local journalists, all of these aspects are often complained about, yet seldom discussed within the newsroom. A typical response *after* the research interviews was:

"I appreciated having some time to talk about my professional role and everyday tasks. We seldom do so around here. There is really no time for it." (Knut, 35)

Two thirds of the interviewees claim that they experience an absence of professional reflection, which makes their professional role feel more blurred. Again, we see the unspoken part of *praxis* (cf. Wittgenstein, 1953). The quote from Knut is an invitation for more of what Schön (1987, 26) calls *reflection-on-action*. This kind of reflection relies on *reflection-in-action*. Schön's point is that dialoguing with situations might evoke answers. The brown cheese journalists were, for instance, uncertain about the strength of their stories. Nevertheless, after reflection, something in the situation told them to pursue the matter in a range of directions. Reflection on such situations – where discretion is the journalists' main guideline – might provide local journalists with sundry answers to what they should and should not be in the future.

Another challenge tied to the lack of reflection is the existing discrepancy between digitally and traditionally oriented journalists. This blurs the concept of digital competence even more. As mentioned, throughout the research interviews, all the interviewees underlined the current focus on digital competence. Björn, for instance, states that: *"...it is the journalists with a digital attitude who will survive in the future. You do not need research to determine that"*. Web journalist Siri (27) remarks that the term is somewhat a buzzword, *"still important, yet hard to explain. It is just something you know when working here"*. Digital competence hence rose from the discourse as both a future presupposition and a contemporary insurance for keeping the job in a time of downsizing, and was furthermore considered as a trait that is unevenly distributed. Johanne (31) has several thoughts on the discrepancy between the traditional and digital journalists. She is worried that the traditional journalists do not understand the extent of the changes, and remarks:

"Among other things, online journalists relate to something invisible for those working mainly with printed news: ratings. Statistics are very important to us. Every story measures up against every other story. It is easy to determine whether we have done a good job or not."

Johanne makes a demarcation: digital journalists understand something traditionalists do not – they take on a different journalistic role. The digitally oriented, for example, seem to have relational knowledge about what online traffic ratings

imply. Johanne also underscores the tempo of web journalists: *"They have the ability to make a U-turn ten times a day"*. Many of the interviewees mention flexibility, effective time management and faster production as crucial parts of the new demands. Yet, it is hard to put into words how they have adopted or acquired these traits and skills. *"You just have to adjust, there is really no time to think"*, according to Mads (60). As we see, both the newsrooms' *logic of appropriateness* and the tacit relational knowledge of keeping pace with the surroundings plays a part here. The traditionalists, on the other hand, silently and implicitly understand themselves as knights of social responsibility. To maintain the time to do so, they *"cling to the printed newspaper"*, as Olav (46) put it. We saw earlier how Finn refuses to be part of the "clickbait race" when writing online news. Olav sighs:

"I know that I ought to write more cool and catchy headlines, but I am not that interested in such skills. It is not me, if you understand."

As we see, the digital competence Olav rejects and Björn and Siri emphasise – a knowledge and an attitude that is open to clickbait journalism – is relational tacit knowledge, more than explicit and testable technological knowledge. This points towards different horizons of unarticulated knowledge. At the moment, most of the journalists claim to be *"fumbling"* – a word frequently used – between the old and the new. Different kinds of knowledge play out in different situations, much in line with Law and Mol's (2006) emphasis on societal complexity. Alternatively, to paraphrase Mol (2002), local journalism is more than one thing, but less than many. Social responsibility is not the only concern of journalists. As Örnebring (2009), with reference to Evetts (2006), points out, everyday journalistic professionalism might be negotiable and flexible.

CONCLUDING THOUGHTS ON TACIT KNOWLEDGE IN CONTEMPORARY LOCAL JOURNALISM

The three analysis sections have pointed at ways in which tacit knowledge plays a role in the understanding and execution of contemporary local journalism. The first section showed how tacit knowledge related to audience conceptions, and how communication is a central part of what is referred to as digital competence. This knowledge is mainly relational lifeworld knowledge. It comes with uncertainty, as traditional and new conceptions collide, and as the local journalists spend less time out in the community. Being present without being present does not come without challenges.

The second section highlighted tacit knowledge challenges in the production of online news – especially regarding the balance between local/viral, between public responsibility/service, and between traditional/digital. The digital competence related to this is *praxis*-bound, and requires a sense of the new *logic of appropriateness* (cf. March and Olsen, 2004), as well as the *journalistic gut feeling* (cf. Schultz, 2007).

The third section dealt with contemporary local journalistic role conceptions. Here, digital competence involves the tacit knowledge of self-evaluation, of dealing with increased transparency and using old concepts of discretion in new situations. As shown, it is also a question of positioning oneself in the intersection between traditional ideals and digital affordances. The local journalistic discourse also disclosed that both individual and collective professional reflection are required in these matters.

In sum, “*digital competence*” arises from the discourse as a question of adequate behaviour and action more than technological *know that* knowledge (cf. Benner, 1984). Legitimate conduct within the profession includes a new sense of tempo, a looser attachment to what is purely local, a new sense of flexibility and a new sense of public approach, as well as the understanding of a more transparent journalistic role. The dimensions outlined reflect the short period of online journalism, and present local journalists as being on their way from web novices to experts (cf. Dreyfus and Dreyfus, 1986). This happens through interactional and relational transmission of knowledge. The importance of practical transmission and learning of digital journalism

points to the importance of practical training when educating digital journalists.

This article is an invitation for further research on knowledge dimensions in (local) journalism. The aim has not been to fully scrutinise the tacit dimensions of local journalism, but to point towards important aspects found in the journalistic discourse. Further research, e.g. through ethnographic studies, is needed to map this kind of knowledge more fully. Additionally, the social aspects of digital competence in local journalism require further research, as local journalists’ relation to their communities is an essential feature of local journalism – and is seemingly in decline. A looser attachment to localness might harm both the local communities and the professionalism of local media: if the democratic, social and cultural functions of local media are weakened, the professional foundation of local journalism becomes rocky as well.

Tacit knowledge in local journalism has a social and interactional essence, and is a mix of different considerations. When we talk about local journalism, we are talking about digitalisation, geography, practical know-how and professional values – which configure a complex body of tacit knowledge. Explaining this knowledge might remedy some of the uncertainty in new professional, social situations (cf. Collins, 2010). Tacit knowledge has a value of its own, and should not be ignored.

Date de soumission de l'article : 30 mars 2017

Date d'acceptation : 14 juin 2018

NOTES

¹ NRK is divided into five regions, with 48 local or district offices. Of the 3500 employees, 1000 are working in the district division (<https://www.nrk.no/informasjon/slik-er-nrk-organisert-1.6511619>).

² The newsrooms are Tønsbergs Blad and NRK Vestfold in Tønsberg, and Firda and NRK Sogn og Fjordane in Førde. Tønsberg is a mid-sized city (42,276 inhabitants) in Norway. Førde is a smaller rural town (12,900 inhabitants), but is also the centre of several neighbouring small communities. Tønsbergs Blad has a circulation of 19,033, while Firda's is 10,014.

³ The interview guide was divided into four thematic sections, entitled 1) “Me – my journalistic life story and everyday work”, 2) “On digitalisation and technology”, 3) “The role of the local journalist”, and 4) “Local newsroom culture”.

⁴ The main topics roughly correspond to the three dimensions in the analysis.

⁵ Examples of sub-topics include: “views on public power”, “pictured audience”, “grief over journalistic past”, “what is quality”, and “relation to social media”.

BIBLIOGRAPHY

- Abbott, A., 1988, *The System of Professions: An Essay on the Division of Expert Labor*, Chicago, University of Chicago Press.
- Alvesson, M., Kärreman, D., 2005, "At arbejde med mysterier og sammenbrud: Empirisk materiale som kritisk samtalepartner i teoriudvikling", in Järvinen, M., Mik-Meyer, N. (Eds.), *Kvalitative metoder i et interaktionistisk perspektiv*, Copenhagen, Hanz Reitzels Forlag.
- Avilés, J. A. G., Carvajal, M., 2008, "Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence", *Convergence*, vol. 14, no 2, pp. 221–239.
- Benner, P., 1984, *From Novice to Expert: Excellence and Power in Clinical Nursing Practice*, Menlo Park, Addison-Wesley.
- Berger, P. L., Luckmann, T., 1996, *Den samfundsskabte virkelighed. En videnssociologisk afhandling*, Copenhagen, Lindhardt og Ringhof.
- Bjerke, P., 2009, *Refleks eller refleksjon? En sosiologisk analyse av journalistisk profesjonsmoral*, Doctoral Thesis, Oslo, Det humanistiske fakultet, Universitetet i Oslo.
- Boczkowski, P. J., 2004, *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*, Cambridge, Massachusetts, MIT Press.
- Boczkowski, P. J., 2009, "Materiality and Mimicry in the Journalism Field", in Zelizer, B. (Ed.), *The Changing Faces of Journalism: Tabloidization, Technology and Truthiness*, New York, Routledge.
- Breed, W., 1955, "Social Control in the Newsroom", *Social Forces*, vol. 33, no 4, pp. 326–335.
- Carver, R., 2010 [1981], *What We Talk About When We Talk About Love*, London, Vintage Classics.
- Collins, H., 2010, *Tacit and Explicit Knowledge*, Chicago, University of Chicago Press.
- Davies, N., 2008, *Flat Earth News: An Award-winning Reporter Exposes Falsehood, Distortion and Propaganda in the Global Media*, London, Chatto and Windus.
- Dawson, L. L., Prus, R. C., 1993, "Interactionist Ethnography and Postmodern Discourse: Affinities and Disjunctures in Approaching Human Lived Experience", *Studies in Symbolic Interaction*, vol. 12, pp. 59–70.
- Deacon, D., Pickering, M., Golding, P., Murdock, G., 1999, *Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*, London, Arnold Publishers.
- De Maeyer, J., 2016, "Adopting a 'Material Sensibility' in Journalism Studies", in Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., Hermida, A. (Eds.), *The SAGE Handbook of Digital Journalism*, London, SAGE.
- Denzin, N. K., 1999, "Evaluating Qualitative Research in the Poststructural Moment: The Lessons James Joyce Teaches Us", in Bryman, A., Burgess, R. G. (Eds.), *Qualitative Research*, London, SAGE.
- Dimmen, T., 2009, "Journalistens tause kunnskap", *Notat 9/2009*, Volda, Høgskulen i Volda.
- Domingo, D., 2008, "Interactivity in the Daily Routines of Online Newsrooms: Dealing with an Uncomfortable Myth", *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, no 3, pp. 680–704.
- Dreyfus, H. L., Dreyfus, S., 1986, *Mind over Machine. The Power of Human Intuition and Expertise in the Era of the Computer*, New York, Free Press.
- Eco, U., 1979, *Lector in fabula, le rôle du lecteur*, Paris, Grasset.
- Engebretsen, M., 2007, *Å skrive for skjermen – en innføring i nettjournalistikk*, Kristiansand, IJ-forlaget.
- Evetts, J., 2006, "The Sociology of Professional Groups: New Directions", *Current Sociology*, vol. 54, no 1, pp. 133–143.
- Fine, G., 2003, "Introduction", in Fine, G., *Plato on Knowledge and Forms: Selected Essays*, New York, Oxford University Press.
- Freidson, E., 2001, *Professionalism: The Third Logic*, Cambridge, Polity Press.
- Gans, H. J., 1979, *Deciding What's News*, New York, Vintage.
- Goffman, E., 1992, *Vårt rollespill til daglig*, Oslo, Pax forlag.
- Gravengaard, G., 2011, "The Metaphors Journalists Live By: Journalists' Conceptualization of Newswork", *Journalism*, vol. 13, no 8, pp. 1064–1082.
- Grimen, H., 2008, "Profesjon og kunnskap", in Morlander, A., Terum, L. I. (Eds.), *Profesjonsstudier*, Oslo, Universitetsforlaget.
- Gulyás, A., 2013, "The Influence of Professional Variables on Journalists' Uses and Views of Social Media: A Comparative Study of Finland, Germany, Sweden and the United Kingdom", *Digital Journalism*, vol. 1, no 2.
- Gynnild, A., 2012, "Visuell transparens i journalistikk", in Eide, M., Larsen og Sjøvaag: *Nytt på nett og brett – journalistikk i forandring*, Oslo, Universitetsforlaget.
- Habermas, J., 1981, *Theorie des kommunikativen Handelns*, Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- Hallin, D. C., Mancini, P., 2004, *Comparing Media Systems – Three Models of Media and Politics*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Hedman, U., 2015, "JTweeters. Pointing towards a New Set of Professional Practices and Norms in Journalism", *Digital Journalism*, vol. 3, no 2, pp. 279–297.
- Heinonen, A., 2011, "The Journalist's Relation with Users: New Dimension to Conventional Roles", in Singer, J. B., Hermida, A., Domingo, D., Heinonen, A., Paulussen, S., Quandt, T., Reich, Z., Vujnovic, M., *Participatory Journalism*, West Sussex, Wiley-Blackwell.
- Hermida, A., 2011, "Mechanisms of Participation: How Audience Options Shape the Conversation", in Singer, J. B., Hermida, A., Domingo, D., Heinonen, A., Paulussen, S., Quandt, T., Reich, Z., Vujnovic, M., *Participatory Journalism*, West Sussex, Wiley-Blackwell.
- Hermida, A., 2016, "Social Media and the News", in Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., Hermida, A. (Eds.), *The SAGE Handbook of Digital Journalism*, London, SAGE.

- Høst, S., 2014, *Avisåret 2014*, Volda, Høgskulen i Volda.
- Høst, S., 2016, "Papiravisene lever, og de satser digitalt", Status ved utgangen av 2015, Skriftserien HVO-MF, Notat nr. 1/2016, Volda, Høgskulen i Volda.
- Husserl, E., 1962, *Die Krisis der Europäischen Wissenschaften und die Transzendente Phänomenologie*. Gessamelte Werke IV, Haag, Martinus Nijhoff.
- Järvinen, M., Mik-Meyer, N. (Eds.), 2005, *Kvalitative metoder i et interaktionistisk perspektiv*, København, Hans Reitzels Forlag.
- Kennedy, M. M., 1987, "Inexact Sciences: Professional Education and the Development of Expertise", *Review of Research in Education*, vol. 14, pp. 133–167.
- Kramp, L., Carpentier, N., Hepp, A., Trivundza, I. T., Nieminen, H., Kunelius, R., Olsson, T., Sundin, E., Kilborn, R. (Eds.), 2015, *Journalism, Representation and the Public Sphere*, Bremen, edition lumière.
- Kovach, B., Rosenstiel, T., 2001, *The Elements of Journalism*, New York, Crown Publishers.
- Lamark, H., Morlandstø, L., 2002, *Hederlig menneske – god journalist*, Kristiansand, IJforlaget.
- Lamark, H., Morlandstø, L., 2014, "Mulighetenes tyranni", in Morlandstø, L., Krumsvik, A. (Eds.), *Innovasjon og verdiskaping i lokale medier*, Kristiansand, IJforlaget.
- Law, J., Mol, A., 2006, *Complexities – Social Studies of Knowledge Practices*, Durham, Duke University Press.
- March, J. G., Olsen, J. P., 2004, *The Logic of Appropriateness*, Oslo, ARENA, Centre for European Studies, University of Oslo.
- Mathisen, B. R. (Ed.), 2010, *Lokaljournalistikk – blind patriotisme eller kritisk korrektiv?* Kristiansand, IJforlaget.
- Mol, A., 2002, *The Body Multiple: Ontology in Medical Practice*, Durham/London, Duke University Press.
- Molander, A., Terum, L. I., 2008, "Profesjonsstudier – en introduksjon", in
- Molander, A., Terum, L. I. (Eds.), *Profesjonsstudier*, Oslo, Universitetsforlaget.
- Molander, B., 1996, *Kunnskap i handling*, Göteborg, Daidalos AB.
- Nielsen, R. K. (Ed.), 2015, *Local Journalism – The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*, London, I.B. Taurus.
- Nygren, G., 2008, *Yrke på glid – om journalistrollens deproffesjonalisering*, Stockholm, Simo Mediestudier.
- Nygren, G., Dobek-Ostrowska, B. (Eds.), 2015, *Journalism in Change*, Frankfurt am Main, Peter Lang Edition.
- Oltedal, A., 2012, *Vesentleg og viktig?: om profesjonsverdiar i journalistkvardagen*, Kristiansand, IJforlaget.
- Omdal, S. E., (Ed.), 2013, *Journalistikk og demokrati*, Oslo, Fritt Ord.
- Omdal, S. E., 2012, "På ryggen av en svart svane", in Eide, M., Larsen, L. O., Sjøvaag, H., *Nytt på nett og brett – journalistikk i forandring*, Oslo, Universitetsforlaget.
- Örnebring, H., 2009, "The Two Professionalisms of Journalism: Journalism and the Changing Context of Work", Working Paper, Oxford, University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Paulussen, S., 2011, "Inside the Newsroom: Journalists' Motivations and Organizational Structures", in Singer, J. B., Hermida, A., Domingo, D., Heinonen, A., Paulussen, S., Quandt, T., Reich, Z., Vujnovic, M. (Eds.), *Participatory Journalism*, West Sussex, Wiley-Blackwell.
- Peters, C., Broersma, M., 2013, *Rethinking Journalism*, London, Routledge.
- Picard, R., 2011, *The Economics and Financing of Media Companies*, New York, Fordham University Press.
- Polanyi, M., 1962, *Personal Knowledge: Towards a Post-Critical Philosophy*, London, Routledge.
- Polanyi, M., 1966, *The Tacit Dimension*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Purcell, K., Rainie, L., Mitchell, A., Rosenstiel, T., Olmsstead, K., 2010, "Understanding the Participatory News Consumer", Pew Internet and American Life Project, www.pewinternet.org/2010/03/01/part-5-news-gets-personal-social-and-participatory/.
- Ryle, G., 1963, *The Concept of Mind*, Harmondsworth, Penguin.
- Schön, D., 1987, *Educating the Reflective Practitioner*, Cambridge, Harvard University Press.
- Schultz, I., 2007, "The Journalistic Gut Feeling – Journalistic Doxa, News Habitus and Orthodox News Values", *Journalism Practice*, vol. 1, no 2, pp. 190–207.
- Schütz, A., 2005, *Hverdagslivets sosiologi*, København, Hans Reitzels Forlag.
- Singer, J. B., Hermida, A., Domingo, D., Heinonen, A., Paulussen, S., Quandt, T., Reich, Z., Vujnovic, M. (Eds.), 2011, *Participatory Journalism – Guarding Open Gates at Online Newspapers*, West Sussex, Wiley-Blackwell.
- Smeby, J. C., 2008, "Profesjon og utdanning", *Profesjonsstudier*, Oslo, Universitetsforlaget.
- Smeby, J. C., 2013, "Profesjon og ekspertise", in Molander, A., Terum, L. I. (Eds.), *Profesjonsstudier 2*, Oslo, Universitetsforlaget.
- Staubæs, D., Søndergaard, D. M., 2005, "Interview i en tangotid", in Järvinen, M., Mik-Meyer, N. (Eds.), *Kvalitative metoder i et interaktionistisk perspektiv*, Copenhagen, Hans Reitzels Forlag.
- Steensen, S., 2016, "The Intimization of Journalism", in Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., Hermida, A. (Eds.), *The SAGE Handbook of Digital Journalism*, London, SAGE.
- Sumpter, T., 2000, "Daily Newspaper Editors Audience Construction Routines: A Case Study", *Critical Studies in Media Communication*, vol. 17, no 3, pp. 334–346.
- Tuchman, G., 1973, "Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected", *American Journal of Sociology*, vol. 79, no 1, pp. 110–131.
- Tuchman, G., 1978, *Making News: A Study in the Construction of Reality*, New York, Free Press.
- Witschge, T., Nygren, G., 2009, "Journalism: A Profession Under Pressure?" *Journal of Media Business Studies*, vol. 6, no 1, pp. 37–59.

Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., Hermida, A. (Eds.), 2016, *The SAGE Handbook of Digital Journalism*, London, SAGE.

Wittgenstein, L., 1953, *Philosophische Untersuchungen*, Frankfurt am Main, Suhrkamp.

Wittgenstein, L., 1969, *Über Gewissheit*, Oxford, Blackwell.

Zeller, F., Hermida, A., 2015, "When Tradition Meets Immediacy and Interaction. The Integration of Social

Media in Journalists' Everyday Practices", *Sur Le Journalisme About Journalism Sobre Journalismo*, vol. 4, no 1, pp. 106–119.

What we talk about when we talk about local journalism:

Tacit knowledge during the digital shift

Ce dont on parle quand on parle de journalisme local :

la connaissance tacite au tournant du numérique

É que se fala quando se fala do jornalismo local:

o conhecimento tácito em um contexto de digitalização

En. Norwegian local journalism has become more digitally oriented after a period of lagging behind both national and regional media in the digitalisation process. The shift implies both an increased focus on online newspapers and social media, as well as greater communication with the public. Questions concerning the de-professionalisation of journalism – understood as decreased journalistic autonomy and sense of social responsibility – are under discussion both nationally and internationally. Convergence blurs many old distinctions. New skills, ways of thinking and modes of working are emerging, and the practice of traditional place-bound journalism is changing in many ways. Hence, new practices require new knowledge and tacit knowledge has always been a crucial part of the journalistic knowledge base. In local journalism, the tacit, indwelled knowledge about the community becomes a specific dimension. This article highlights and analyses the dimensions of tacit knowledge elicited from local journalistic discourse. Data are generated through in-depth interviews with 16 local journalism actors from four different Norwegian newsrooms on two locations – including local press and district offices of the Norwegian broadcasting company. The analysis scrutinises audience conceptions and interactions, daily production and local journalistic role conceptions. It shows that what in workday practice is referred to as “digital competence” is to a great extent relational, tacit knowledge. The analysis also points towards new tacit knowledge emerging to deal with increased transparency, digital presence, and role positioning in the intersection between traditional ideals and new demands. Legitimate conduct within the profession includes a new sense of tempo, a looser attachment to what is purely local, a new sense of flexibility and a new sense of public approach, as well as the understanding of a more transparent journalistic role. Communication is a central part of what journalists refer to as digital competence. The analysis draws on tacit knowledge theories and professional theories.

Keywords: Local journalism, tacit knowledge, digital competence, Facebook, digital journalism

Fr. Le journalisme local en Norvège s’est tourné récemment davantage vers le numérique après une période de retard par rapport aux médias nationaux et régionaux dans la marche vers la digitalisation. Ce changement implique à la fois une concentration accrue sur la partie “en ligne” des médias et les réseaux sociaux, ainsi qu’une plus grande communication avec le public. Des questions concernant la déprofessionnalisation du journalisme –entendue comme une perte d’autonomie journalistique et un sens des responsabilités sociales– sont en cours de discussion aux niveaux national et international. La convergence efface de nombreuses distinctions anciennes. De nouvelles compétences, modes de penser et modes de travail font leur apparition et la pratique du journalisme territorial traditionnel évolue de nombreuses manières. Par conséquent, les nouvelles pratiques nécessitent de nouvelles connaissances et les connaissances tacites ont toujours été une part cruciale de la base de connaissances des journalistes. Dans le journalisme local, la connaissance tacite et de la communauté devient une dimension spécifique. Cet article met en évidence et analyse les dimensions de la connaissance tacite issues du discours journalistique local. Les données sont générées par le biais d’entretiens approfondis avec 16 acteurs du journalisme local provenant de quatre salles de rédaction nor-

végiennes différentes sur deux sites différents - y compris les bureaux locaux de la société de radiodiffusion norvégienne. L'analyse examine les conceptions et les interactions avec le public, la production quotidienne et les conceptions du rôle journalistique local. Elle montre que ce que l'on appelle la « compétence numérique » dans la pratique quotidienne est en grande partie une connaissance relationnelle, tacite. L'analyse met également en évidence de nouvelles connaissances tacites en train de naître pour faire face à une transparence accrue, une présence numérique et un positionnement des rôles à l'intersection des idéaux traditionnels et des nouvelles demandes. Une conduite légitime au sein de la profession comprend un nouveau sens du tempo, un attachement plus modéré à ce qui est purement local, un nouveau sens de la flexibilité et un nouveau sens de l'approche publique, ainsi que la compréhension d'un rôle journalistique plus transparent. La communication est un élément central de ce que les journalistes appellent la compétence numérique. L'analyse s'appuie sur des théories du savoir tacites et des théories professionnelles.

Mots-clés : Journalisme local, connaissance tacite, compétence digitale, Facebook, journalisme digital

Pt. Foi apenas recentemente que o jornalismo local na Noruega adotou o formato digital, com atraso em relação à mídia nacional e regional. Essa mudança implicou, por um lado, em um aumento da concentração no setor da mídia “on-line” e nas redes sociais, bem como uma maior comunicação com o público. Questões ligadas à desprofissionalização do jornalismo – entendida como uma perda da autonomia jornalística e de um sentido de responsabilidade social – estão atualmente em discussão nos níveis nacional e internacional. A convergência apaga várias das antigas distinções. Novas competências, formas de pensar e modos de trabalho fazem parte desse processo e a prática do jornalismo territorial tradicional tem evoluído de várias formas. Como consequência, essas novas práticas requerem novos conhecimentos e os conhecimentos tácitos sempre foram uma parte crucial da base de conhecimento dos jornalistas. No jornalismo local, o conhecimento tácito e o conhecimento partilhado pela comunidade de praticantes adquirem uma dimensão específica. Nesse sentido, este artigo apresenta e analisa as dimensões do conhecimento tácito originárias do discurso jornalístico local. Os dados são gerados por meio de entrevistas em profundidade conduzidas com 16 atores do jornalismo local provenientes de quatro redações norueguesas de duas localidades distintas – incluindo os escritórios locais da sociedade de radiodifusão norueguesa. A análise examina as concepções e as interações com o público, a produção cotidiana da informação e as concepções sobre o papel do jornalismo local. Ela mostra que o que chamamos de “competência digital” em uma prática cotidiana é, em grande parte, um conhecimento relacional, tácito. A análise também evidencia novos conhecimentos tácitos que emergem para dar conta do crescimento da transparência. É o caso da presença digital e de um posicionamento de papéis situados na interseção dos ideais tradicionais do jornalismo e de novas demandas. Uma prática legítima no âmbito da profissão inclui um novo sentido de tempo, um vínculo mais moderado com o que é meramente local, um novo sentido de flexibilidade e um novo sentido de abordagem pública, bem como a compreensão de um papel jornalísticos mais transparente. A comunicação é um elemento central do que os jornalistas chamam de competência digital. A análise se ampara em teorias sobre os saberes tácitos e as teorias sobre a profissão.

Palavras-chave: Jornalismo local, conhecimento tácito, conhecimento digital, Facebook, jornalismo digital

MERCI AUX ÉVALUATEURS DES RÉCENTS NUMÉROS DE LA REVUE
AGRADECEMOS AOS AVALIADORES DAS ÚLTIMAS EDIÇÕES DA REVISTA
MANY THANKS TO ALL THE REVIEWERS OF THE RECENT ISSUES

Alzira Abreu (Fundação Getúlio Vargas, Brasil) • Juan Miguel Aguado (Universidad de Murcia, España) • Chris W. Anderson (The City University of New-York, USA) • Leonel Azevedo de Aguiar (Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil) • Altu Akin (Zmir Ekonomi Üniversitesi, Türkiye) • Dominique Augey (Aix-Marseille université, France) • Jan Baetens (Katholieke Universiteit Leuven, België) • Helder Bastos (Universidade do Porto, Portugal) • Christa Berger (Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil) • Elisabeth Bird (University of South Florida, USA) • Gersende Blanchard (Université Lille 3, France) • Claire Blandin (Université Paris-Est-Créteil, France) • Franck Bousquet (Université Toulouse 3, France) • Nadège Broustau (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Laura Calabrese (Université libre de Bruxelles, Belgique) • João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal) • Dominique Cardon (CNRS, France) • Marialva Carlos Barbosa (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil) • Valérie Cavelier-Croissant (Université Lyon 2, France) • Jean Charron (Université Laval, Canada) • Ivan Chupin (Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, France) • Iluska Maria da Silva Coutinho (Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil) • Béatrice Damian-Gaillard (Université Rennes 1, France) • Jamil Dakhli (Université Paris 3 Sorbonne nouvelle, France) • Salvador de León (Universidad Autónoma de Aguascalientes, México) • Juliette de Maeyer (Université de Montréal, Canada) • Didier Demazière (CNRS, France) • Emmanuel Derieux (Université Paris Panthéon-Assas, France) • Irène Di Jorio (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Anya Diekmann (Université libre de Bruxelles, Belgique) • David Domingo (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Carlos Eduardo Esch (Universidade de Brasília, Brasil) • Benjamin Ferron (Université Paris-Est-Créteil, France) • Marie-Soleil Frère (FNRS, Belgique) • Elvira Garcia de Torres (Universitat Internacional Valenciana, España) • Gilles Gauthier (Université Laval, Canada) • Eric Georges (Université du Québec à Montréal, Canada) • Benoît Grévisse (Université catholique de Louvain, Belgique) • Nicolas Harvey (Université d'Ottawa, Canada) • François Heinderyckx (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Cristiane Henriques Costa (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil) • Alfred Hermida (University of British Columbia, Canada) • Nicolas Hubé (Université de la Sorbonne, France) • Valérie Jeanne-Perrier (Université Paris-Sorbonne, France) • Alice Krieg-Planque (Université Paris-Est-Créteil, France) • Eric Lagneau (France) • Sandrine Lévêque (Université de la Sorbonne, France) • Seth C. Lewis (University of Oregon, USA) • Dominique Marchetti (CNRS, France) • Julien Longhi (Université de Cergy-Pontoise, France) • Pere Masip (Universidad Ramon Llull, España) • Frederico de Mello Brandão Tavares (Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil) • Thaïs de Mendonça Jorge (Universidade de Brasília, Brasil) • Isabelle Meuret (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Luciana Mielniczuk (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil) • Sophie Moirand (Université Sorbonne-Nouvelle, France) • Sandy Montanola (Université de Rennes 1, France) • Sylvia Moretzsohn (Universidade Federal Fluminense, Brasil) • Dione Oliveira Moura (Universidade de Brasília, Brasil) • Joana Ormundo (Universidade de Brasília, Brasil) • Sylvain Parasie (Université Paris-Est, France) • Ike Picone (Vrije Universiteit Brussel, België) • Olivier Pilmis (CNRS, France) • Alain Rabatel (Université de Lyon 2, France) • Franck Rebillard (Université Sorbonne-Nouvelle, France) • Edgar Rebouças (Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil) • Zvi Reich (Ben-Gurion University of the Negev, Israël) • Roselyne Ringoot (Université Grenoble Alpes, France) • Catarina Rodrigues (Universidade da Beira Interior, Portugal) • Nélia Rodrigues Del Bianco (Universidade de Brasília, Brasil) • Eugénie Saitta (Université Rennes 1, France) • Luís Santos (Universidade do Minho, Portugal) • Florian Sauvageau (Université Laval, Canada) • Julie Sédel (Université de Strasbourg, France) • Willam Spano (Université Lyon 2, France) • Jean-François Tétu (Institut politique de Lyon, France) • Annelise Touboul (Université Lyon 2, France) • Sandrine Turgis (Université de Reims, France) • Olivier Trédan (Université de Rennes 1, France) • Jean-Michel Utard (France) • Barbara Witte (Hochschule Bremen, Deutschland) • Eliane Wolf (Université de la Réunion, France) • Stéphanie Wojcik (Université Paris-Est-Créteil, France) • Adeline Wrona (Université Paris-Sorbonne, France)

Publiée avec le concours de :



Ce numéro de la revue
a été imprimé grâce
au soutien du FNRS



