

Michał Kaczmarczyk

PRASA LOKALNA W IRLANDII

Prasa lokalna i regionalna w Irlandii stanowi ważny segment rynku prasowego, nie pełni jednakże tak doniosłej roli, jak w podobnej pod względem struktury rynku mediów prowincjonalnych Wielkiej Brytanii¹. Mniej lub bardziej regularną lekturę gazet lokalnych deklaruje 83 proc. dorosłych Brytyjczyków, tj. 38 milionów osób, podczas gdy tytułów ogólnokrajowych – tylko 71 proc.². Szacuje się, że w Irlandii wskaźnik czytelnictwa prasy lokalnej i regionalnej sięga 64 proc. i jest aż o 27 proc. niższy od wyniku dla tytułów ogólnokrajowych³. Można jednak zauważyć stopniowy wzrost zainteresowania Irlandczyków ofertą mediów lokalnych oraz rozwój tego sektora prasowego, potwierdzony przede wszystkim rosnącymi wpływami ze sprzedaży gazet lokalnych oraz coraz wyższym stopniem koncentracji tegoż rynku. Największe irlandzkie koncerny medialne chętnie inwestują w prasę lokalną i regionalną, powodując, iż rynek tej prasy staje się domeną silnych ekonomicznie podmiotów prasowo-wydawniczych. Podmiotów, które z ożywieniem mediów prowincjonalnych w niedalekiej przyszłości wiązą nadzieje na duży zysk.

Charakter oraz pozycję irlandzkich mediów lokalnych i regionalnych na rynku prasowo-wydawniczym określają przede wszystkim trzy czynniki. Pierwszym jest poziom i siła tożsamości lokalnych Irlandczyków, drugim model samorządu terytorialnego oraz jego polityczne i społeczne implikacje, trzecim postępujący proces globalizacji i stanowiąca jego pochodną glocalizacja. O ile pierwszy i drugi czynnik analizować należy w ścisłym związku z uwarunkowaniami irlandzkimi, o tyle ostatni z nich zaliczyć można do tendencji uniwersalnych, występujących w większości krajów demokratycznych i społeczeństw obywatelskich zglobalizowanego świata (w wyspiarskiej, nieco hermetycznej kulturowo i społecznie Irlandii może on wszakże występować w mniejszym nasileniu).

Jeszcze do niedawna społeczeństwo irlandzkie cechowało się niewielkim stopniem identyfikacji z miastem, ziemią czy okręgiem. Tożsamość lokalna, zwłaszcza w wymiarze socjologicznym, politologicznym czy etnograficznym, nie odgrywała na Wyspie szczególnie istotnej roli. Irlandczycy żartowali, że silniej identyfikują się z miejscową

¹ M. Kaczmarczyk, *System medialny Irlandii. Zarys problematyki*, Katowice-Sosnowiec 2009, s. 90-109.

² J.W. Adamowski, *Brytyjskie lokalne i regionalne środki przekazu. Zarys problematyki*, [w:] *Regionalne i lokalne środki przekazu. Kontekst międzynarodowy i krajowy*, red. J. W. Adamowski, K. Wolny-Zmorzyński, Warszawa 2007, s. 179.

³ Irish media, www.marketing.ie.

drużyną futbolową niż z własnym hrabstwem⁴. Zjawisko to miało przede wszystkim podłoże historyczne. Zauważalne w Irlandii silne tendencje centralistyczne sięgają czasów brytyjskiego panowania i są efektem m.in. ubogich tradycji samorządowych. Walka o zachowanie narodowego dziedzictwa kulturowego i uniezależnienie się od brytyjskiej dominacji sprzyjała powstawaniu postaw pronarodowych, wypierających partykularyzmy lokalne. Myślenie kategoriami interesu Irlandii, utożsamianie się z kulturą i tradycją narodową stało w sprzeczności z identyfikacjami lokalnymi, utrudniało zwrot w kierunku „małych ojczyzn”. Katolicka Republika, w przeciwieństwie do protestanckiej Irlandii Północnej, z silnymi tożsamościami lokalnymi, nigdy nie osiągnęła wysokiego stopnia partycypacji obywatelskiej na poziomie lokalnym, i to zarówno w sferze polityki, jak i w innych dziedzinach aktywności publicznej. Jeszcze pod koniec minionego wieku uczestnictwo w pracach samorządu terytorialnego i innych lokalnych instytucji uważane było za zajęcie mało prestiżowe. Radni wykonywali swoje obowiązki społecznie, bez wynagrodzenia, na ogół po godzinach pracy⁵. W wyborach samorządowych frekwencja była zwykle niewielka, a rywalizacja o mandaty do organów przedstawicielskich samorządów nie cieszyła się zainteresowaniem opinii publicznej i mediów. W 2004 roku zwycięskie ugrupowanie w wyborach do Dublin City Council uzyskało niespełna 41 tysięcy głosów (Dublin liczy ponad 500 tys. mieszkańców)⁶.

Rząd w Dublinie oraz organizacje trzeciego sektora podejmowały i podejmują rozmaite działania na rzecz kształtowania tożsamości lokalnej Irlandczyków i wzmacniania społeczeństwa obywatelskiego na poziomie lokalnym. Rok 1999, z okazji 100-lecia samorządu terytorialnego w kraju, ogłoszono w Republice Rokiem Samorządu Terytorialnego, organizując przy tej okazji szereg przedsięwzięć o charakterze kulturalnym i rozrywkowym. We wrześniu 2008 roku ruszyła w Irlandii kampania informacyjna, zorganizowana przez niezależną organizację The Vincentian Partnership for Justice, mająca na celu zachęcenie mieszkańców Wyspy, w tym przedstawicieli mniejszości etnicznych, do aktywnego uczestnictwa w życiu obywatelskim kraju oraz udziału w przyszłorocznych wyborach samorządowych oraz do europarlamentu⁷.

Wskazane powyżej uwarunkowania w znacznym stopniu ograniczały możliwości rozwojowe prasy lokalnej w Irlandii. Aktywność poszczególnych społeczności lokalnych w różnych dziedzinach i kierunkach zawsze stała się źródłem impulsów rozwojowych dla prasy prowincjonalnej, dyktuje także warunki, którym dany obiekt prasowy musi odpowiadać, by utrzymać się przy życiu i osiągnąć założoną skuteczność. Brak takiej aktywności wywołuje natomiast zjawiska odwrotne⁸. Jak pisze Stanisław Michalczyk,

⁴ Ł. Chimiak, *Funkcje samorządu terytorialnego w Unii Europejskiej na przykładzie Irlandii i Polski*. Referat wygłoszony na konferencji „Polski samorząd w Unii Europejskiej”, Częstochowa, 28 maja 2004.

⁵ Tamże.

⁶ T. Wybranowski, *Czas wielkiej próby – irlandzkie wybory samorządowe*, www.anglia.interia.pl.

⁷ A. Paś, *Czy wiesz, że możesz?*, „Polski Express”, 11 września 2008.

⁸ J. Mądry, *Przegląd czynników sprawczych rozwoju polskiej prasy lokalnej*, [w]: *Prasa lokalna jako czynnik kształtowania się więzi lokalnych*, red. J. Mikułowski-Pomorski, Rzeszów 1990, s. 24-25.

bez partycypacji obywateli – członków społeczności lokalnej w lokalnej komunikacji społecznej, jej rozwój będzie utrudniony, jeśli wręcz niemożliwy⁹. Społeczność lokalna pozbawiona podmiotowości i tożsamości nie będzie stanowić publiczności dla lokalnych inicjatyw prasowych, nie będzie również źródłem tematów dla dziennikarzy, realizujących swoje zadania zawodowe na poziomie lokalnym czy regionalnym.

Warto jednak zwrócić uwagę, że rozmaite działania mające na celu podniesienie poziomu identyfikacji i uczestnictwa lokalnego Irlandczyków zaczynają przynosić rezultat, wpływając na pozytywną ewolucję prasy lokalnej i regionalnej w Republice, przede wszystkim zaś na powolny, ale systematyczny wzrost jej znaczenia jako podmiotu komunikowania lokalnego. Oprócz przywołanych kampanii i akcji społecznych (np. działalności The Vincentian Partnership for Justice), zasadniczą rolę odgrywają w tym procesie dwa kolejne ze wskazanych na wstępie czynników – charakter irlandzkiego samorządu terytorialnego, a konkretniej – zmiana jego struktury i zasad funkcjonowania pod wpływem reformy z 2001 roku oraz zjawisko globalizacji i związany z nim renesans lokalizmu.

Irlandzki samorząd ukształtował się pod wpływem wzorów brytyjskich pod koniec XIX wieku. Obecnie uznawany jest za jeden z najbardziej scentralizowanych systemów administracji terenowej w Europie. Podział terytorialny Irlandii obejmuje 26 hrabstw i 5 miast na prawach hrabstw (Dublin, Cork, Galway, Waterford, Limerick). Na system władzy lokalnej, zgodnie z obowiązującą ustawą o samorządzie lokalnym z 2001 roku, składają się wybieralne i niewybieralne organy różnych szczebli samorządu. Na poziomie hrabstwa organem kadencyjnym, wybieranym w wyborach bezpośrednich na 5 lat, jest Rada Hrabstwa. Rada składa się z 20 do 46 radnych, na czele z Marszałkiem Rady. Pełni przede wszystkim funkcje prawodawcze. Organem samorządu na poziomie hrabstwa jest także Menadżer Hrabstwa – jednoosobowy organ administracji wybierany przez Radę Hrabstwa w drodze konkursu i pełniący rolę szefa struktur samorządowych niższego szczebla. Z kolei na poziomie gminy organem kadencyjnym jest Rada Miasta (lub Rada Miasteczka), wybierana w wyborach bezpośrednich na 5 lat. Rada składa się z 9 do 12 radnych. W drodze konkursu wybiera Komisarza Miasta, który także jest gminnym organem kadencyjnym (5 lat), podległym bezpośrednio Menadżerowi Hrabstwa¹⁰.

W 1999 roku w Irlandii powołano także samorząd regionalny. Republika podzielona jest na dwa regiony: południowo-wschodni i środkowo-zachodni. Ich wyodrębnienie miało na celu zwiększenie dostępu do Funduszy Strukturalnych Unii Europejskiej. Na poziomie regionalnym organami samorządu są Władze Regionalne lub Zgromadzenie Regionalne. Członkowie tych organów wybierani są spośród radnych hrabstw¹¹.

⁹ S. Michalczyk, *Prasa samorządowa. Szkice prasoznawcze*, Katowice 1996, s. 8. Zob. także: J. Gajda, *Media w edukacji*, Kraków 2003, s. 58-61.

¹⁰ D. Lasocka, *Samorzady w Unii Europejskiej*, Warszawa 2005, s. 23.

¹¹ Tamże.

Kompetencje samorządu podzielone są na osiem kategorii: mieszkalnictwo, planowanie, drogi, zaopatrzenie w wodę i gospodarka odpadami, rozwój gospodarczy, ochrona środowiska (włączając ochronę wód, powietrza i gleby), rekreacja, rolnictwo, edukacja, zdrowie i opieka społeczna. Nadzór nad samorządem sprawuje Minister Środowiska i Administracji Lokalnej¹².

Reforma z 2001 roku zwiększyła rolę samorządu lokalnego poprzez potwierdzenie i umocnienie zasady wyłaniania jego organów w wyborach bezpośrednich, modernizację aktów wewnętrznych wydawanych przez samorząd oraz ujednolicenie tytułatury i nazewnictwa organów i funkcji w samorządzie. Zainicjowany wówczas kierunek zmian wzmocnił społeczną rolę prasy lokalnej, która w większym stopniu zaczęła informować o sprawach i problemach rozgrywających się na forum samorządu. Skoro bowiem administracja samorządowa zbliżyła się do obywatela – reprezentanta społeczności lokalnej, proces ten musiał znaleźć swoje odzwierciedlenie w mediach wydawanych na szczeblu miasta czy hrabstwa. Większa lokalna partycypacja obywatelska z jednej strony wpłynęła na wzrost zainteresowania problematyką miejską czy regionalną wśród publiczności środków masowego przekazu, z drugiej – dostarczała prasie nowych tematów, rozszerzając obszar jej zainteresowań na rodzące się inicjatywy obywatelskie czy rzadziej dostrzegalną wcześniej aktywność instytucji samorządowych – odpowiednio wzmocnionych i wyposażonych w nowe kompetencje. Podobne konsekwencje przyniosło powołanie regionów. Wydawana w nich prasa większą uwagę zaczęła przywiązywać np. do kwestii pozyskiwania funduszy z Unii Europejskiej w kontekście interesów i potrzeb danych społeczności lokalnych, ale także możliwości i efektywności działań konkretnych, bliskich czytelnikowi instytucji, odpowiedzialnych za realizację zadań związanych z wykorzystaniem środków europejskich. Przekazanie kompetencji i odpowiedzialności w tej dziedzinie na niższy szczebel spowodowało – co naturalne – analogiczne przesunięcie w dół, właśnie na szczebel regionalny i lokalny, dyskursu publicznego nad związanymi z tym zagadnieniami. Istotną rolę – informacyjną, organizatorską czy kontrolną – zaczęła pełnić tu prasa lokalna, zyskując nowych odbiorców i partnerów w prowadzeniu podobnego dialogu.

Opisany powyżej proces obserwować możemy zaledwie od sześciu lat. Trudno wszak oczekiwać, by w sposób jaskrawy doprowadził on do wzmocnienia lokalnych tożsamości i upodmiotowienia społeczności lokalnych Irlandii, i co się z tym wiąże – wywołał dynamiczny rozwój sektora mediów prowincjonalnych. Osiągnięcie tego celu wymaga czasu. Reforma samorządowa niewątpliwie stanowi krok naprzód w niwelowaniu zaszłości historycznych osłabiających irlandzki lokalizm. Organiczając ich wpływ na życie społeczne, nie powoduje jednakże natychmiastowego efektu. Ale czy świadomościowe, prawno-administracyjne i polityczne efekty tej reformy, w powiązaniu z innymi, bardziej uniwersalnymi tendencjami zachodzącymi w zglobalizowanej kulturze, są w stanie – w dłuższej perspektywie – w sposób wyraźny służyć zwrotowi Irlandczyków ku ich

¹² Tamże.

„małym ojczyznom” oraz – w konsekwencji – zwiększyć znaczenie mediów lokalnych i regionalnych w systemie komunikowania masowego Republiki? Wydaje się, że tak. Zwłaszcza jeśli uwzględnimy obserwowany obecnie w wielu krajach wpływ procesów globalizacji na rozwój mediów lokalnych.

Media lokalne, będąc częścią systemów medialnych poszczególnych państw czy regionów, rozwijają się w powiązaniu z tendencjami zachodzącymi w sferze komunikowania, także komunikowania międzynarodowego. Charakterystyczne dla globalizacji zjawiska nie omijają najniższych poziomów systemów medialnych, wciągając je w wir wzajemnych sprzężeń, wywołując określone zmiany w modelu ich funkcjonowania. Wpływ procesów globalizacyjnych na rozwój lokalnych środków społecznego przekazu rozpatrywać należy na tle bardziej uniwersalnych procesów i zjawisk obserwowalnych w sferze kultury. „Rozwój dziennikarstwa na przełomie tysiącleci charakteryzuje się dwoma, wydawać by się mogło, przeciwnymi tendencjami, odzwierciedlającymi tendencje rozwoju światowej kultury. Z jednej strony to globalizacja informacji zarówno w aspekcie wytwarzania, jak i przesyłania. Powstawanie multimedialnych kompleksów informacyjnych, funkcjonowanie prasy i mediów elektronicznych w skali globalnej. Najbardziej klasycznym przejawem funkcjonowania globalnej informacji jest dynamiczny rozwój Internetu, uważanego za nowy rodzaj środka masowego przekazu. Z drugiej strony – regionalizacja, zwiększanie roli lokalnych mediów, związane z procesami decentralizacji we wszystkich jego przejawach. Następuje wzrost znaczenia czynników administracyjno-terytorialnych, narodowo-etnicznych i religijnych w wymiarze lokalnym” – pisze Marian Gierula¹³.

Problem powiązań między globalizacją komunikowania a rozwojem mediów lokalnych analizować trzeba w kontekście dialektycznego charakteru procesów globalizacyjnych, badać na tle napięć istniejących między globalizacją a lokalnością¹⁴. Dialektyczny charakter globalizacji polega na tym, że tworzą ją procesy często pozornie ze sobą sprzeczne, wykluczające się wzajemnie, odległe od siebie. Stanowią one swego rodzaju „produkt” globalizacji, są jej uzupełnieniem, ale i wpływają na charakter, przebieg, istotę procesów i zjawisk światowych, nadających tożsamość współczesności. Poszukując charakterystycznych dla zjawisk globalnych antynomii, w pierwszej kolejności wskazać należy na opozycję globalność – lokalność. Jak pisze Ewa Polak, zjawiska związane z globalizacją cywilizacji i dążeniami do zachowania własnej odrębności lokalnej są współzależne i wzajemnie się uzupełniają¹⁵. Globalizacja sprzyja rozwojowi i upowszechnianiu się pewnych zjawisk kulturowych, politycznych czy ekonomicznych

¹³ M. Gierula, *Rola prasy lokalnej w integracji małych miast i wsi*, [w]: *Prasa lokalna w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego*. Materiały z konferencji zorganizowanej przez Komisję Kultury i Środków Przekazu przy współudziale Izby Wydawców Prasy pod patronatem Marszałka Sejmu RP Longina Pastusiaka 21 września 2004, Warszawa 2005, s. 32.

¹⁴ T. Miczka, *Globalizacja mediów. O mechanizmach kreowania i kształtowania współczesnej tożsamości*, [w]: *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2003, s. 37.

¹⁵ E. Polak, *Globalizm i lokalizm jako bieguny funkcjonowania współczesnej cywilizacji*, [w]: *Władze lokalne i regionalne w warunkach globalizacji*, red. M. Barański, M. Stolarczyk, Katowice 2003, s. 23.

poza granice państwa, regionu, kontynentu, ale także „zagęszcza związki oraz zależności w skali światowej, na skutek czego następuje wzajemne oddziaływanie na siebie zarówno wydarzeń o znaczeniu lokalnym, państwowym, jak i światowym”¹⁶. W ten sposób lokalność staje się nie tyle przeciwieństwem globalności, ile jej naturalnym, wynikającym z prawideł rozwoju cywilizacyjnego, uzupełnieniem. Paradoksalnie – procesy globalne czy globalizacyjne sprzyjają rozwojowi lokalizmu rozumianego jako podejście, sposób myślenia i działania przyjmujący za punkt odniesienia sprawy miejscowe, lokalne, ważne dla niewielkiej społeczności – określonej „małej ojczyzny”. Idea lokalizmu czy regionalizmu może stanowić inspirację dla wielu różnorodnych działań zmierzających do umacniania tożsamości konkretnych „małych ojczyzn”. Staje się determinantą dla twórców lokalnych stowarzyszeń czy fundacji zajmujących się popularyzacją historii, kultury, osiągnięć danego regionu, jest podstawą działań liderów opinii, polityków, działaczy społecznych, animatorów kultury, artystów, literatów. Szczególnie cenne wydają się te przedsięwzięcia o charakterze lokalnym i regionalnym, które – stawiając sobie za cel budowanie więzi w ramach określonych społeczności, umacnianie poczucia przynależności i tożsamości jej członków – mają charakter zorganizowany, profesjonalny i przemyślany, są konsekwentnie realizowane, wywołują zainteresowanie opinii publicznej, przynoszą wymierne rezultaty. Ogromną rolę w promowaniu idei lokalizmu mogą odegrać lokalne środki masowego przekazu, szczególnie prasa, która jest głównym środkiem komunikacji w ramach lokalnych społeczności.

Globalizacja buduje świat odległy i autonomiczny względem tradycyjnych grupowych tożsamości – globalna wioska sprzyja alienacji jednostki, degradacji tradycyjnych struktur i więzi społecznych, tradycyjnych punktów odniesienia – wartości, norm, obyczajów. Zagęszczenie przestrzeni społecznej, w której funkcjonuje jednostka, likwidacja barier przestrzennych, kurczenie się otoczenia, w tym sfery komunikacyjnej sprawia, że dalekie sprawy, zjawiska czy wydarzenia stają się nieodległe czasowo i geograficznie, ale nie emocjonalnie i świadomościowo. Wielość informacji, problemów, procesów, z którymi się spotykamy, jakie dostrzegamy i – siłą rzeczy – analizujemy w swoim otoczeniu, zaburzają homeostazę naszego „prywatnego świata” i są dla niego pewnym zagrożeniem. Bytowanie jednostki we współczesnej rzeczywistości jest w dużym stopniu anonimowe – człowiek staje się elementem globalnego społeczeństwa, bezimiennej publiczności spajanej stycznościami i stosunkami o charakterze rzeczowym i segmentowym¹⁷. Jan Turowski pisze na ten temat: „Ludzie stykają się głównie ze względu na swe role, zanikają stosunki osobowe. Mimo bliskości fizycznej (w ogóle, na ulicy, w sąsiedztwie, w sklepie) obowiązuje społeczny dystans, okazywanie obojętności, a nawet obcość. Na te wzory zachowania i charakter odhumanizowanego życia społecznego wpływa również ruchliwość ludności (przesiedlanie się do innych

¹⁶ Tamże.

¹⁷ J. Turowski, *Regiony – regionalizm – lokalizm*, [w]: *Czym jest regionalizm?* VI Kongres Regionalnych Towarzystw Kultury, Radom, 23-26 września 1998, red. J. Borzyszkowski, Wrocław 1998, s. 106.

miejsowości, dojazdy), ale też mobilność wertykalna (zmiana zawodu, awanse lub degradacje, bezrobocie)”¹⁸.

Te i wiele innych następstw towarzyszących czy wypływających wprost z globalizacji na poziomie kultury i stosunków społecznych implikuje zjawisko, które można by określić jako kryzys społeczeństwa globalnego – samotnego, zaprogramowanego, zuniformizowanego tłumu i tożsamości, która służy czy raczej służyła jego definiowaniu.

Jak słusznie zauważa Iwona Sagan, globalizacja dokonuje zmian w procesie budowy identyfikacji i poczucia tożsamości. Proces ten nie omija także Irlandii, w której do tej pory to państwo i jego kultura stanowiły zasadniczą siłę kreującą procesy identyfikacji¹⁹. Wraz z ograniczeniem roli państwa oraz słabnięciem postaw protekcyjnych w stosunku do tego, co narodowe, globalizacja narusza fundamenty identyfikacji jednostek i grup z państwem, sprawia, że poszukują one nowych źródeł własnej tożsamości. W tych poszukiwaniach kierują się często w stronę lokalności, która może stanowić bastion oporu przeciwko procesom uniwersalizacji na płaszczyźnie stosunków społecznych i wartości kulturowych, być swoistym „ośrodkiem stabilności” w świecie wprowadzonym w globalizacyjnych ruch. W Irlandii procesowi temu sprzyja dodatkowo silna wiara katolicka. Motywy religijne mogą wszakże uzasadniać zwrot w kierunku lokalności jako sposób na „wyjście z samotnego tłumu”, remedium na choroby masowego społeczeństwa. Lokalność, rozumianą także jako identyfikację z konkretną parafią, traktować można jako „narzędzie” realizowania jednej z podstawowych potrzeb człowieka – potrzeby przynależności, jako drogę ku wypełnieniu próżni społecznej, która wytworzyła się między jednostką a jego otoczeniem. Przynależność do trwałej, stabilnej wspólnoty, możliwość „zakorzenienia się” w określonych wartościach, faktach kulturowych konstytuujących tę wspólnotę, buduje poczucie bezpieczeństwa i leczy wspomniany już kryzys związany z degradacją innych tożsamości, przygniecionych ciężarem procesów globalnych. Procesów, które – jak udowadnia Edmund Wnuk-Lipiński – uruchomiły dwa nurty identyfikacji: z jednej strony – kosmopolitycznych, z drugiej – lokalnych²⁰. Te drugie wydają się być bardziej trwałymi, wyraźnymi i odpornymi na zagrożenia współczesności.

Poczucie lokalnej tożsamości ma współcześnie znaczenie trudne do przecenienia. Integruje ono członków społeczności lokalnej, umacnia więzi między nimi, kreuje poczucie solidarności, współpracy, a w konsekwencji ułatwia odnalezienie się w zatowarzyszonej rzeczywistości społecznej, pozwala unikać czy zwalczać wyliczone powyżej zagrożenia. Zastanawiając się nad istotą lokalności, Thomas Friedman określił ją jako „gaj oliwny”. „Pełnym człowiekiem jest się wtedy, gdy ma się korzenie, gdy jest się częścią oliwnego gaju” – pisał²¹. Trudno odmówić racji temu stwierdzeniu. Broniąc się przed naporem globalizacji, ludzie odczuwają potrzebę pielęgnowania lokalnych wartości, wierzą, iż są one autentyczne, naturalne, trwałe.

¹⁸ Tamże.

¹⁹ I. Sagan, *Współczesne przemiany miast w kontekście ekonomicznej, kulturowej i politycznej globalizacji*, w: *Globalizacja i my*, red. R. Piekarski, M. Graban, Kraków 2003, s. 263.

²⁰ E. Wnuk-Lipiński, *Świat międzyepoki. Globalizacja, demokracja, państwo narodowe*, Kraków 2004, s. 234-235.

²¹ Zob. J. Liszka, *Globalizm a zagadnienie lokalności. Niektóre aspekty*, [w]: *Władze lokalne...*, s. 38.

Wzrost znaczenia lokalizmu we współczesnym świecie potwierdzają badania empiryczne dotyczące tożsamości i identyfikacji Europejczyków. Wynika z nich, iż wśród mieszkańców Europy to właśnie identyfikacje lokalne mają znaczenie podstawowe. Prawie połowa osób badanych w 1999 roku wskazała na społeczność lokalną lub miasto, w którym mieszka jako na miejsce, do którego odczuwa przynależność. W Europie Zachodniej przeszło połowa badanych odczuwała najsilniejszą więź ze swoją społecznością lokalną w – Szwecji, Danii, Niemczech i we Włoszech. W Republice Irlandii identyfikacje te były nieco słabsze niż w Irlandii Północnej, ale przekraczały wskaźnik 50 proc.²² Były więc znacznie silniejsze niż w latach 80. czy na początku lat 90. Można także domniemywać, iż postęp procesów globalizacji, a także czynniki polityczno-administracyjne, w tym przede wszystkim reforma samorządowa z 2001 roku, jeszcze bardziej umocniły owe lokalne identyfikacje Irlandczyków. Wyniki badań z 1999 roku potwierdzają wszakże tezę o dominującym współcześnie znaczeniu procesów „glokalizacji”, czyli sprzężenia procesów globalnych z upowszechnianiem się identyfikacji lokalnych i wzorów działań na szczeblu lokalnym²³.

Skoro zatem lokalizm jest tendencją naturalną, nierozzerwalnie splecioną z globalizacją, skoro ta ostatnia sprzyja popytowi na to, co lokalne, nie tylko niezagrożone, ale wręcz „skazane” na rozwój winny być instytucje, które umacniają lokalność, są zorientowane na jej wspieranie. Globalizacja – z powodów, o których była już mowa – stwarza warunki, swoisty klimat dla lokalizmu i tendencji mu towarzyszących. W ramach wykreowanych przez globalizację winny jednak ulec aktywizacji te instrumenty, które mogą idee lokalności przenieść na poziom realnych działań, wypełnić to pojęcie treścią, dostosować do warunków konkretnych społeczności lokalnych. Takie funkcje pełnić mogą różnorakie grupy i instytucje lokalnej aktywności – organizacje pozarządowe (stowarzyszenia, fundacje), ośrodki kultury, samorządy oraz media lokalne.

Na rynku prasowym Irlandii funkcjonuje ponad 60 tytułów gazet i czasopism lokalnych. Swoim zasięgiem obejmują one zwykle obszar jednego hrabstwa lub miasta. Większość hrabstw posiada dwie lub więcej gazet. Struktura irlandzkich mediów lokalnych, podobnie jak w Wielkiej Brytanii, w wysokim stopniu odzwierciedla więc charakter podziału terytorialnego kraju.

Wśród irlandzkich mediów lokalnych dominują tygodniki. Większość hrabstw posiada dwa lub więcej tytułów pism. Co ciekawe, Dublin pozostaje jednym z niewielu miast w Irlandii nieposiadającym własnego lokalnego dziennika. Odkąd w latach 60. zamknięto „The Dublin Evening Mail”, podejmowano próby uruchomienia lokalnego tytułu, ale kończyły się one niepowodzeniem. W 2003 r. na dublińskim rynku ukazał się dziennik „Dublin Daily”. Pismo nie zainteresowało jednak wystarczającej liczby czytelników i po ukazaniu się 90 numerów gazeta została zamknięta. Od 2005 roku w Dublinie ukazuje się darmowy „Herald AM”, rozdawany na ulicach i dworcach.

²² A. Jasińska-Kania, *Zmieniające się identyfikacje Europejczyków*, [w]: *Globalizacja i co dalej?*, red. S. Amsterdamski, Warszawa 2004, s. 158-159.

²³ Tamże, s. 162.

Pismo ma charakter informacyjny, częściowo korzysta z materiałów opublikowanych w innych tytułach należących do swojego wydawcy – spółki Independent News and Media (redakcja wykorzystuje przede wszystkim serwisy przygotowane przez reporterów „Evening Herald”). W stolicy Irlandii ukazuje się także bezpłatne „Metro”, wydawane przez „Associated Newspapers” oraz dostępne głównie w hipermarketach i dostarczane bezpłatnie do domów pisma „Southside People” i „Northside People”.

Do największych, najbardziej znanych i liczących się gazet lokalnych wydawanych w Irlandii należą: „Kerryman”, „Donegal Democrat”, „Sligo Weekend”, „Sligo Post”, „Derry Journal”, „Limerick Post”, „Connaught Telegraph”, „The Mayo Echo” i „Western People”.

„Kerryman” jest tygodnikiem wydawanym w Tralee w hrabstwie Kerry. Pismo ma trzy różne mutacje: dla północnego Kerry, południowego Kerry i Tralee. Tygodnik osiąga nakład w wysokości 24 tys. 451 egzemplarzy²⁴. Atutem pisma jest profesjonalnie redagowany dział sportowy oraz praktyczne wiadomości gospodarcze. Tygodnik posiada także własny portal internetowy www.kerryman.ie. Funkcję redaktora naczelnego periodyku pełni Gerry Scanlon.

„Donegal Democrat” wydawany jest w Donegal Town i Letterkenny w hrabstwie Donegal od 1919 roku (twórcą gazety był John Downey). Tradycyjnie ukazywał się w czwartki w postaci wielkoformatowej. Obecnie pismo wydawane jest także we wtorki i w soboty w formacie tabloidu. Czwartkowe wydania „Donegal Democrat”, w cenie 1,45 euro osiągały nakład w wysokości 12 tys. 217 egzemplarzy, wydania wtorkowe, w cenie 1,35 euro – 8 tys. 467 egzemplarzy²⁵. Redaktorem naczelnym gazety jest Michael Daly. Pismo stara się umiejętnie łączyć cechy magazynu opinii z gazetą informacyjno-poradnikową. Popularnością wśród czytelników periodyku cieszą się drukowane w wydaniach czwartkowych i wtorkowych kolumny o tematyce społecznej, redagowane przez Gabrielle McMonagle, a także dział poradnikowy z ofertami pracy, wiadomościami rolniczymi, motoryzacyjnymi, informacjami o rynku nieruchomości i poradami na temat zdrowia. Na łamach „Donegal Democrat” własny, stały cykl felietonów posiada Pat McArt – autor popularnych na Wyspie roczników „Irish Almanac and Yearbook of Facts” oraz publicysta Frank Galligan (cykl „It occurs to me”).

Cechą „Donegal Democrat” jest wysoki stopień otwartości na czytelników. Gazeta chętnie drukuje listy do redakcji, podejmuje tematy interwencyjne, na swojej stronie internetowej udostępnia różne kanały i formy kontaktu z dziennikarzami. Czytelnicy są także zapraszani do redagowania bloga, wyrażania poglądów na forum internetowym oraz udziału w głosowaniach interaktywnych na temat spraw ważnych dla lokalnej społeczności.

„Donegal Democrat” rywalizuje obecnie przede wszystkim z trzema tytułami prasy lokalnej, ukazującymi się w Donegal: tabloidowym tygodnikiem „Donegal Post”, wydawanym od czerwca 2006 roku (nakład: 4 tys. 810 egz.) oraz poważniejszymi,

²⁴ The Island of Ireland Report, Audit Bureau of Circulations Ltd., 2009.

²⁵ Tamże.

opiniotwórczymi „Donegal News”, ukazującym się od 1902 roku (nakład 11 tys. 786 egz. dla wydania piątkowego i 3 tys. 874 dla wydania poniedziałkowego)²⁶ i „Donegal Times”, obecnym na rynku od końca lat 80. minionego wieku (nakład około 3 tys. egz.) .

„Sligo Weekender” jest lokalnym tygodnikiem wydawanym w każdy wtorek w hrabstwie Sligo. Ukazuje się on od 1984 roku i ma profil informacyjno-publicystyczny. Kosztuje 1,70 euro. Gazeta, założona i kierowana do dziś przez Briana McHugha, była początkowo periodykiem ogłoszeniowym. Z czasem zaczęła drukować informacje lokalne, koncentrując się na problematyce politycznej, sportowej i społecznej. Obecnie, oprócz tekstów informacyjnych (dominują wzmianki i notatki), „Sligo Weekender” drukuje artykuły problemowe, reportaże i felietony (swoje teksty zamieszczają tu m.in. muzycy James Blennerhassett, Sandy Kelly i Charlie McGettigan, zwycięzca Festiwalu Eurowizji w 1994 roku). Nakład pisma wynosi obecnie 7 tys. 509 egzemplarzy²⁷. Głównym rywalem „Sligo Weekender” na rynku prasowym hrabstwa Sligo jest bezpłatny tygodnik „Sligo Post”, ukazujący się od maja 2007 roku. Wydawana w pełnym kolorze gazeta koncentruje się na problematyce politycznej, sportowej i kulturalnej (drukuję przewodnik po najciekawszych imprezach rozrywkowych i wydarzeniach artystycznych w hrabstwie), posiada także działy poświęcone rynkowi nieruchomości, motoryzacji i modzie. W działaniach marketingowych wydawca tygodnika podkreśla jego niezależny charakter oraz atrakcyjną szatę graficzną. Zapewnia także, iż dociera do 60 tys. czytelników²⁸.

„Limerick Post” jest tygodnikiem ukazującym się w mieście Limerick w re-gionie Munster. Gazeta jest kolportowana bezpłatnie i osiąga nakład 15 tys. 073 egzemplarzy²⁹. Pismo ma stałą, od lat niezmienniejszającą się grupę odbiorców. „Limerick Post” konkuruje z pismem „Limerick Leader”, które osiąga nakład w wysokości ponad 20 tys. egzemplarzy.

„Connaught Telegraph” jest tygodnikiem wydawanym w Castelbar w hrabstwie Mayo. Gazeta ukazuje się w dużym formacie (dziewięciu łamów) w każdą środę. Osiąga najniższy nakład spośród wszystkich pism wychodzących w hrabstwie Mayo (13,5 tys. egzemplarzy). Kolejne z liczących się tytułów prasy lokalnej wydawanych w hrabstwie to „The Mayo Echo” i „The Mayo News”. Pierwszy z nich jest bezpłatnym tygodnikiem ukazującym się od 2004 roku. Tygodniowo na rynek w całym hrabstwie trafia 16 tys. egzemplarzy pisma, większość do miast: Ballina, Castelbar, Westport i Claremorris. Założony w 1892 roku tygodnik „The Mayo News” osiąga nakład 10 tys. 229 egz. W hrabstwie Mayo, od 1883 roku, ukazuje się także tygodnik „Western People”, wydawany w Ballina. Nakład pisma wynosi 18 tys. 242 egzemplarzy.

Wśród innych, ważnych tytułów na rynku prasy lokalnej i regionalnej Irlandii wymienić można: „Enniscorthy Echo” – bogato ilustrowany tygodnik, ukazujący się w środy w hrabstwie Wexford, „Independent Galway” – bezpłatny tygodnik ukazujący się

²⁶ Tamże.

²⁷ Tamże.

²⁸ www.sligopost.com

²⁹ Tamże.

w środy w hrabstwie Galway, „Leitrim Post” – tabloidowy tygodnik wydawany w hrabstwie Leitrim, „The Letterkenny Post” – tygodnik o profilu informacyjno-rozrywkowym ukazujący się w hrabstwie Donegal, „Meath Echo” – dwutygodnik ukazujący się od 2004 roku w hrabstwie Meath, „Offaly Express” – tygodnik ukazujący się w środy w hrabstwie Offaly, „Argus” – tygodnik wydawany od 2008 roku w Dundalk, „Tuam Herald” – tygodnik ukazujący się od 1837 roku w hrabstwie Galway, „Tirconaill Tribune” – tygodnik wydawany co piątek w Letterkenny w hrabstwie Galway, „The Wexford People” – tygodnik ukazujący się w środy w hrabstwie Wexford.

Analiza treści irlandzkich mediów lokalnych pozwala stwierdzić, iż wpisują się one w klimat społeczny stworzony przez procesy globalizacji i rozwoju lokalizmu. Gazety i tygodniki lokalne adresują swój przekaz do konkretnych niewielkich społeczności, stając się elementem lokalnej struktury społecznej, integralną częścią przestrzeni komunikacyjnej miasta czy hrabstwa, alternatywą wobec mediów funkcjonujących w sferze globalnej. Irlandzkie dziennikarstwo lokalne to dziennikarstwo z definicji bliskie problemom zwykłych ludzi, stające po ich stronie. Media uprawiające ten rodzaj działalności reporterskiej rezygnują z badania i relacjonowania zdarzeń na wysokim szczeblu uogólnienia, analizują i opisują życie społeczności lokalnej, bo i są jej częścią, a dzięki temu znakomicie znają i rozumieją specyfikę lokalnych problemów, dylematów, oczekiwań (np. „Donegal Democrat”, odpowiadając na zapotrzebowanie swoich czytelników, prowadzi rubrykę, w której zamieszcza informacje z różnych miast hrabstwa Donegal na temat zawartych małżeństw, urodzeń, zgonów, wyroków sądowych itp.). Lokalne środki społecznego przekazu w Irlandii „żyją życiem swojej publiczności” – przekazują lokalnej opinii społecznej informacje z różnych obszarów aktywności publicznej miasta lub hrabstwa, coraz częściej i chętniej sięgając także po tematykę samorządową, wcześniej zajmującą w prasie miejsce marginalne (przykładem seria głośnych artykułów politycznych „Mayo Echo” z 2006 roku ostro krytykujących działalność Rady Hrabstwa).

Lokalne gazety stawiają sobie także za cel mobilizowanie społeczności „małych ojczyzn” do działania w imię ogólnego dobra, zbiorowych interesów i wartości demokratycznych, wspierając partycypację członków danej społeczności lokalnej w jej szeroko rozumianym życiu publicznym, upowszechniając ważne dla danej społeczności lokalnej wartości, promując określone fakty kulturowe, symbole, tradycje i zwyczaje. „Kerryman” posiada stałą rubrykę promującą irlandzki futbol oraz galerię fotograficzną prezentującą najciekawsze zakątki hrabstwa. „Donegal Democrat” publikuje teksty lokalnych autorów, propaguje programy społeczne i prozdrowotne irlandzkiej agencji Health Service Executive, angażuje się także w rozmaite akcje edukacyjne i charytatywne w hrabstwie i miastach wchodzących w jego skład (wiele z nich organizuje redaktorka kolumny społecznej pisma, Gabrielle McMonagle). „Mayo Echo” zorganizowało kampanię społeczną na rzecz czystej wody pitnej w mieście. Z kolei „Sligo Weekender” włącza się w przyznawanie lokalnych nagród sportowych i promowanie lokalnych artystów, a „Wexford People” publikuje szkice historyczne poświęcone przeszłości hrabstwa Wexford. Charakterystyczne dla prasy prowincjonalnej pojmowanie misji dziennikarskiej

– lokalnie determinowany sposób doboru tematów i ich „obywatelskie” wykonanie – stają się coraz częstsze także w prasie ogólnoirlandzkiej, która – idąc za przykładem mediów spoza centrów prasowo-wydawniczych – chętnie porusza problemy bliskie mieszkańcom poszczególnych miast czy hrabstw, zwracając się w kierunku lokalności. Wojciech Walczak, jako przykład tego rodzaju podejścia, przywołuje tekst z irlandzkiego czasopisma opinii. „Magill – irlandzki miesięcznik polityczno-społeczny [...] pozwala sobie na zadrukowanie całej strony listem czytelnika o stanie dróg w Dublinie. Podkreślam: magazyn jest wydawany raz w miesiącu i liczy około sześćdziesięciu stron. I to właśnie dziura na drodze – dziura na rogu tej i tej ulicy – jest wydarzeniem priorytetowym, faktem ważniejszym niż katastrofy i wojny, wielka dyplomacja i globalne problemy. Świat jest daleko. Dziura jest tu. I dlatego to owa dziura zajmuje całą Irlandię³⁰”.

³⁰ W. Walczak, Dwa sezony. Irlandia okiem gasterbeitera, „Odra” 2007, nr 7-8.