

SIECIOWA POSTAĆ POLSKICH CZASOPISM EMIGRACYJNYCH W WIELKIEJ BRYTANII PO 2004 ROKU

JOLANTA CHWASTYK-KOWALCZYK

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach
Instytut Dziennikarstwa i Informacji

ABSTRACT

Polish emigré magazines on the British Web after 2004

The article raises the issue of Polish Web portals in the years 2001–2010, i.e. with reference to: Expatpol.com, Gonic.com, Gazeta.ie, Dublin24.net, Londynek.net, Emito.net, Szkocjanet.pl, as well as making available by them, such e-weeklies and also coming out in the traditional version in Great Britain, as *Cooltura*, *Goniec Polski – The Polish Times*, *Polish Express* and *Nowy Czas. The New Time*, and on the Green Island – *Polska Gazeta*. The mission of their founders was to inform about events in the country and the world but above all creating atmosphere as togetherness of the Polish society in Great Britain and Ireland. Bearing in mind the multiplicity of publication initiatives the author. Focuses her attention only on the most popular four weeklies. It has been shown that the Internet is a continuous technology from Internet published newspapers to information Web portals and not a technology disrupting the development process of the traditional press.

Keywords: Polish Web portals in Great Britain and Ireland, Polish e-weeklies in Great Britain and Ireland, Expatpol.com, Gonic.com, Gazeta.ie, Emito.net, Szkocjanet.pl, Dublin24.net, Londynek.net, *Cooltura*, *Goniec Polski – The Polish Times*, *Polish Express*, *Nowy Czas. The New Time*, *Polska Gazeta*

✉ Adres do korespondencji: Instytut Dziennikarstwa i Informacji, Uniwersytet Jana Kochanowskiego, ul. Świętokrzyska 21d, 25-406 Kielce; chwastyk@ujk.edu.pl

Obecność Polaków w Wielkiej Brytanii na większą skalę przypada na lata II wojny światowej i czasy powojenne. Kolejne fale stałej emigracji naszych rodaków wyznaczał kalendarz wydarzeń politycznych w XX wieku w kraju, szczególnie w latach 80. (emigracja „solidarnościowa”), a także po przyjęciu Polski do Unii Europejskiej w maju 2004 roku. Po 1989 roku zmienił się charakter wyjazdów z ojczyzny. Wcześniejsze, głównie polityczne, powody zastąpiły ekonomiczne. Zmianie uległa również struktura społeczna Polaków szukających swojej drogi życiowej w innych krajach. Ta ostatnia fala to w dużej mierze ludzie wykształceni, posługujący się językiem angielskim, którzy mieli dość odwagi, by sprostać wyzwaniom w nowych, obcych warunkach prawnych, politycznych, społecznych, gospodarczych, kulturalnych i innych. Ludzie ci, zdani na siebie, przywieźli określone potrzeby, które manifestowały się m.in. w konieczności utworzenia platform wymiany we wszelkich przejawach życia i pracy zawodowej. Zdecydowanie nie szukali pomocy w organizacjach i stowarzyszeniach pokolenia „niezlomnych”, oddolnie zaczęli przejawiać inicjatywę zakładania portali internetowych czy edytowania czasopism¹.

Wiarygodne dane odnotowujące liczbę czasopism wydawanych przez Polaków na Wyspach Brytyjskich, oprócz „Bibliografii czasopism polskich wydanych poza granicami Kraju od września 1939 roku” znanego badacza prasy polskiej Jana Kowalika (Kowalik 1976–1988), odnajdziemy w Bibliotece Polskiej w Londynie, która ma najbardziej kompletne zbiory tego typu. Ze statystyk wynika, że od 1939 roku do dnia dzisiejszego w Zjednoczonym Królestwie nasi rodacy edytowali 1375 tytułów prasowych, z czego w latach 1939–1945 – 189 tytułów, w latach 1945–1989 – 846, a po 1989 roku – 340 tytułów². Oczywiście wiele z nich to efemerydy prasowe³.

Masowy napływ Polaków do Wielkiej Brytanii po 2004 roku⁴ spowodował samoistne powstanie portali internetowych oraz tytułów prasowych zwielokrotnionych ich elektronicznymi edycjami. Internet jako medium jest atrakcyjny ze względu na pojemność, możliwość szybkiego reagowania (aktualizowanie, uzupełnianie doniesień i informacji), interaktywność – możliwość komunikacji z użytkownikami (Gilbert 2001, s. 25). Pamiętać jednak należy, że przy całym dynamizmie rozwoju polskiej prasy w wersji tradycyjnej i online oraz portali internetowych (np. Expatpol.com, Gonic.com, GBritain.net, Londynek.net,

¹ Zjawisko to omawiane jest w publikacjach: McDonald 2006; Wygonik-Barzyk 2010; Chwastyk-Kowalczyk 2011a; 2011b; 2011c.

² Dane uzyskane w Bibliotece Polskiej w Londynie w kwietniu 2015 r.

³ Za przykład można podać pismo pt. *Nasza Anglia. Polski Tygodnik w Wielkiej Brytanii*, założone w Reading w marcu 2008 r., które z czasem edytowano jako dwutygodnik, by nagle zakończyć jego żywot 39. numerem z 2009 r. Periodyk miał także wersję elektroniczną w formacie PDF.

⁴ Dokładna liczba polskich emigrantów nie jest możliwa do ustalenia. Płynne szacunki mówią o 1–1,5 mln osób, por. Gadomski 2015, s. 11.

Dublin24.net, Emito.net, Szkocjanet.pl, Gazeta.ie)⁵ w Zjednoczonym Królestwie i Irlandii – wszystkie te działania nie wpisują się w brytyjski system medialny, mają bowiem nikły zasięg oddziaływania. Nakłady tradycyjnej prasy, sięgające od kilkuset do kilkudziesięciu tysięcy egzemplarzy, czy też liczone w setkach tysięcy odwiedzi na stronach e-tygodników, a także forach internetowych sytuują cały ten obszar komunikowania obok znakomicie funkcjonującego brytyjskiego systemu medialnego (Shannon 2001; Konarska 2007; Adamowski 2008) – jako narodowościowy obszar polskiego komunikowania. Przedsięwzięcia te należy uznać za przedłużenie polskiego systemu medialnego, gdyż na opinię publiczną rdzennych obywateli wywierają znikomy wpływ. Nie zmieni tego stanu rzeczy część interaktywnych publikacji w języku angielskim. W skali brytyjskiej są zjawiskiem marginalnym, chociaż w obszarze polskim – nie do przecenienia. Również za przedłużenie polskiego systemu medialnego możemy uznać precedensowe przedsięwzięcia koncernu Axel Springer Polska (do tej pory żadna spółka córka niemieckiego koncernu nie edytowała czasopisma poza granicami swojego kraju) – wydającego od września 2008 roku na Wyspach Brytyjskich polskojęzyczne tygodniki *Fakt for Great Britain* oraz *Fakt for Ireland*, w nakładzie około 30 tysięcy egzemplarzy⁶.

Portale internetowe udostępniają również e-wydania polskich czasopism ukazujących się w Wielkiej Brytanii i na Zielonej Wyspie. W chwili obecnej najbardziej popularne są cztery polskie bezpłatne tygodniki, ukazujące się w wersji tradycyjnej, mające swoje odpowiedniki w wersji elektronicznej⁷. W Anglii: *Cooltura. Polish Weekly Magazine*, *Polish Express*, *Goniec Polski – The Polish Times*, na Zielonej Wyspie – *Polska Gazeta*⁸. W Londynie ukazuje się także opiniotwórczy miesięcznik *Nowy Czas*, który jest zjawiskiem odrębnym (Chwastyk-Kowalczyk 2015a, 2015b).

Tygodnik *Cooltura. Polish Weekly Magazine* zasadniczo jest platformą promocji własnej działalności gospodarczej właściciela – Sara-Int Ltd. Reklamuje się jednak jako „najbardziej prestiżowy, najpopularniejszy polski tygodnik w Wielkiej

⁵ <http://expatpol.com/index.php?kid?=274&isid=12>; 5.05.2015; http://www.goniec.com/pages/96/96_o_nas.html; 7.05.2015; http://www.hrc.pl/indehttp://dublinek.net/ie_onas/cat?cat_id=101; 7.05.2015; [x.php?dzid=115&did=853](http://www.hrc.pl/index.php?dzid=115&did=853); 8.05.2015; <http://www.hrc.pl/index.php?dzid=115&did=853>; 8.05.2015.

⁶ Axel Springer Polska starts trias for the introduction of the Polish news paper FAKT In Great Britain and Ireland. 19.09.2008 [http://www.axelspringer.de/en/presse/Axel-Springer-Polska-starts-trials-for-the-introduction-of-the-Polish-newspaper-FAKT-in-Great-Britain-and-Ireland_272224.html; 16.01.2011].

⁷ Nie wchodzimy tu w dywagacje na temat pojęcia prasy polonijnej, emigracyjnej czy wychodźczej. Nadmienić jedynie wypada, że nie są to pojęcia tożsame; według opracowań medioznawczych „prasa emigracyjna” stanowi odmianę prasy polonijnej, która cechuje się okresowym charakterem funkcjonowania na rynku wydawniczym; można polemizować z takim podejściem, bo jak zaklasyfikować londyński *Dziennik Polski* i *Dziennik Żołnierza* (ukazywał się do lipca 2015 r.) czy nowojorski *Nowy Dziennik*?; zob. Maślanka 1976; Chwastyk-Kowalczyk 2008; Paczkowski.

⁸ W Irlandii funkcjonują również inne tygodniki: *Kurier Polski*, *Nasz Głos*, *Fakt*, ale na potrzeby tego artykułu wzięto pod uwagę najważniejszy.

Brytanii”, znany organizator imprez społeczno-kulturalnych w Londynie, a także patron medialny większości polskich imprez w Wielkiej Brytanii⁹. Publikowany jest od marca 2004 roku, dedykowany polskiej społeczności mieszkającej i pracującej w Wielkiej Brytanii. Wchodzi w skład grupy medialnej 4YOUK, do której należy także portal elondyn.co.uk i Polskie Radio Londyn. Redakcja deklaruje, że misją tygodnika jest dostarczenie rzetelnych informacji Polakom mieszkającym na Wyspach. Obecnie jego objętość zmniejszono z 132 (2010 r.) do 100 stron. Nakład w tradycyjnej formie wynosi 55 tysięcy egzemplarzy¹⁰, a dystrybucja odbywa się w ponad 500 punktach na terenie Greater London – w polskich centrach kulturalnych, sklepach, restauracjach, klubach, szkołach, agencjach pracy, podróży, nieruchomości, instytucjach rządowych. *Cooltura* poza Londynem dostępna jest również w Bedford, Birmingham, Coventry, Dublinie, Luton, Oxfordzie, Reading, Slough, Southampton, Swindon¹¹. W tygodniku znajdziemy wiadomości z Londynu, informacje o nadchodzących wydarzeniach kulturalnych na Wyspach Brytyjskich, stałe rubryki tematyczne, strony ogłoszeniowe.

Sprawnie zorganizowana redakcja rekrutuje się spośród przybyłych z kraju Polaków. Funkcję redaktora naczelnego pełni Kordian Klaczyński (dawny sekretarz redakcji), jego zastępcą jest Piotr Dobroniak. Z pismem współpracują stali dziennikarze (Sylwia Milan, Marcin Urban, Dariusz A. Zeller – dawny red. nac.) oraz sympatycy, również etatowi graficy (Agata Olewińska, Tomasz Woźniczka, Tomasz Waleciuk). Dobrze o wydawcy świadczy zatrudnianie stałej korektorki (Magdalena Jordan). W związku z charakterem pisma redakcja ma bardzo rozbudowany dział marketingu i reklamy oraz ogłoszeń. Strony depeszowe redagowane są na podstawie materiałów Polskiej Agencji Prasowej¹².

Obecnie tygodnik jest już dostępny na smartfonach i tabletach¹³. Strona tytułowa wersji elektronicznej jest bardzo czytelna. Użytkownik może bez trudu odnaleźć hiperłącza do takich kategorii jak: *O nas*, *Redakcja*, *Kontakt*, *Archiwum*, *E-wydanie*, *Reklama*, *Ogłoszenia*, *Dystrybucja*, *Prenumerata*. Dotarcie do poszczególnych działów również nie przysparza trudności. Są to: *Komunikaty*, *O portalu*, *Ludzie portalu*, *Reklama*, *Advertising* (Reklama), *Nasz patronat*, *Konkursy*, *Napisz do nas*, *Wyślij materiał*, *Partnerzy*, *RSS*¹⁴.

Wzorem polskich pism pokolenia niezłomnych tygodnik angażuje się w rozmaite kampanie społeczne, takie jak np.: *Wyjeżdżasz? Weź dziecko ze sobą*, *Imigranci budowali i będą budować Wielką Brytanię*, *Życie w rozkroku*, *Moje dziecko nie mówi po polsku*, *Ucz się, ucz!*, *Tak, usunęłam*, *My – Oni*, *Nie daj się nabić w landlorda*, *Wybory 2015 – Głosuję, więc jestem i inne*. Analiza zawartości wy-

⁹ http://elondyn.co.uk/cooltura_redakcja; 14.05.2015.

¹⁰ http://elondyn.co.uk/cooltura_o_nas; 14.05.2015.

¹¹ http://elondyn.co.uk/cooltura_dystrybucja; 14.05.2015.

¹² *Cooltura Polish Weekly Magazine* 2015, nr 15 (577), s. 4.

¹³ Ogłoszenie. *Cooltura Polish Weekly Magazine* 2015, nr 20(582), s. 18.

¹⁴ RSS (*Rich Site Summary*) – to wzbogacony spis treści strony, która umożliwia bardzo proste rozpowszechnianie zawartych w niej informacji (czyli *Rich Simple Syndication*); to uproszczona wersja internetowej strony informacyjnej – za: Olszański 2006, s. 105.

rażnie dowodzi, że w czasopiśmie poruszane są rzeczywiste problemy, z jakimi spotykają się Polacy w nowym kraju. Spośród wymienionych tygodników to właśnie *Cooltura* najwięcej miejsca poświęca wydarzeniom kulturalnym – w każdym wydaniu przynajmniej osiem do dziesięciu stron. Na większości okładek odnajdujemy informacje o wywiadach przeprowadzonych z gośćmi z Polski, zapowiedzi koncertów, happeningów i eventów, premier filmowych, teatralnych, ciekawych wystaw i wernisaży, wydarzeń sportowych. Każdy artykuł ilustrują liczne fotografie. Redakcja cyklicznie zaprasza czytelników do brania udziału w rozmaitych konkursach, jak np.: „Dinozaury opanowały Londyn”, „Moje życie na emigracji. Sukcesy i porażki”, „Nowa emigracja polska w Londynie” (materiały miały być wykorzystane w pracy doktorskiej), a także muzycznym¹⁵ czy literackim¹⁶. Wszechobecne reklamy któregoś ze sponsorów pisma mogą drażnić czytelnika, jak również strony od 50 do 100, które zawierają ogłoszenia.

Redakcja regularnie przeprowadza wśród swoich użytkowników internetowe sondy. Szczególnym zainteresowaniem cieszyło się pytanie: „Czy uważasz, że polscy emigranci są dyskryminowani w Wielkiej Brytanii?”. Po kliknięciu polecenia „głosuj”, „zobacz wyniki”, „pozostałe sondy” każdy na bieżąco może sprawdzić, jak odpowiadali pozostali respondenci¹⁷. Każdy ma również możliwość aktywnego uczestniczenia w redagowaniu pisma, komentując poszczególne artykuły, zdarzenia, czy dodając nowe ogłoszenia.

Od października 2003 roku ukazuje się w Londynie *Polish Express*, wydawany początkowo jako dwutygodnik, po pół roku jako miesięcznik, a od stycznia 2005 roku jako tygodnik. Redakcja zapewnia, że od listopada 2005 roku pismo swoim zasięgiem obejmuje całą Wielką Brytanię, a rozprowadzane jest przez 5 tysięcy punktów dystrybucyjnych¹⁸. W Londynie posiada 70 skrzynek przy najważniejszych stacjach metra i w innych punktach, takich jak polskie kościoły, sklepy sprzedające polską żywność, polskie firmy, konsulat i Polski Ośrodek Społeczno-Kulturalny. Poza Londynem tygodnik jest dostępny za 1 funta w sklepach kolportujących prasę brytyjską, zwanych *newsagent's shop*. Nakład wynosi od 60 do 75 tysięcy egzemplarzy¹⁹, ale periodyk, dzięki e-wydaniu, dociera do około 300 tysięcy czytelników, dostarczając im informacje z Polski, Wielkiej Brytanii i ze świata. Podtytuł *The Leading Polish Language Weekly Newspaper in the UK* sugeruje znacznie większy zasięg oddziaływania. Ma 44 strony. Wydawany jest przez ZETHA Ltd. *Polish Express*.

Tygodnik tworzy zespół młodych ludzi, którzy chcą zmienić wizerunek Polaka w Zjednoczonym Królestwie Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej. Funkcję redaktora naczelnego pełni Ilona Korzeniowska. W deklaracji odredakcyjnej czytamy:

¹⁵ <http://elondyn.co.uk/cooltura>, s. 4; 25.03.2010.

¹⁶ <http://elondyn.co.uk/cooltura>, wydarzenie, s. 1; 25.04.2015.

¹⁷ Tamże.

¹⁸ <http://polishexpress.polacy.co.uk/index.php?str=info&id=10>, s. 1; 27.04.2015.

¹⁹ Stopka redakcyjna. *Polish Express* 2015, 3–9 kwietnia, s. 2.

Robimy gazetę bliską czytelnikom. Nie boimy się trudnych tematów, chcemy pomagać „zagubionym” na angielskiej ziemi. Naszym największym marzeniem jest tworzenie gazety, która będzie pomostem pomiędzy dojrzałą emigracją i ludźmi, którzy przyjechali do Wielkiej Brytanii po 1 maja 2004²⁰.

Z linku *O nas* dowiadujemy się, że poza wydawaniem pisma jego współpracownicy zajmują się również innymi projektami. Od 2007 roku wydają polski kalendarz kieszonkowy, organizują spotkania informacyjne o różnorodnej tematyce (np.: „Podwójne opodatkowanie”, „Niezbędne informacje, aby odnaleźć się w UK”, „Zakładanie własnej firmy w UK”, „Formy zatrudnienia oraz prawa pracownicze i socjalne”, „System podatkowy w UK”); czterokrotnie zorganizowali Targi Pracy *Polish Express*, aktywnie włączyli się w organizację wiecu „Przeciw podwójnemu opodatkowaniu” pod konsulatem RP w Londynie oraz współorganizowali drugi Marsz Papieski.

Partnerami, czyli firmami, instytucjami i organizacjami, które współpracują z redakcją, są: Strefa.co.uk – największa baza ogłoszeń drobnych w Wielkiej Brytanii, Polish Cultural Institute w Londynie, Jazz Cafe POSK – polski klub jazzowy w Londynie, Stowarzyszenie Poland Street – Stowarzyszenie Polaków w Wielkiej Brytanii, Radio Orła – polskie radio w Wielkiej Brytanii, Polonia w Southampton – Scotland.pl, Infolinia.org – sieć stron dla Polaków o miastach w Wielkiej Brytanii²¹.

Forma elektroniczna tygodnika jest czytelna i przyjazna pod kątem użytkownika. Ulega ciągłej modyfikacji. Obecnie mamy odniesienia do: *Newsów, Pokaż bloga, Poradników, Rozrywki, Życia w UK, Pracy i Finansów, Wielkiej Brytanii, Londynu, Świata, Polski, Nauki i techniki*. Dostęp do artykułów jest bezpłatny. Wyróżnia się zakładka *Polecamy*, w której znajdziemy: *Polskie przychodnie w UK, Zasiłki w UK, Pracę w Anglii, Aplikacje mobilne, Katalog usług, Wybory 2015*. W obu wersjach periodyku odbiorca bombardowany jest przez wszechobecne reklamy. Redakcja zachęca do pobrania aplikacji *Polish Express News*, działającej w systemie operacyjnym na Android, iOS i Windows²².

Wydawcą kolejnego tygodnika w Londynie – *Goniec Polski – The Polish Times* – jest IMM Media Limited. Wersja papierowa ma 68 stron, najczęściej jest dostępna w Polskim Ośrodku Społeczno-Kulturalnym w Londynie. E-wydanie odnajdziemy pod adresem: *goniecpolski.com*. Pismo obecne jest na rynku od 2005 roku. Wcześniej było tubą reklamową firmy Cezarego Olszewskiego, który zbankrutował, po czym komornicy zaplombowali redakcję mieszczącą się w pobliżu POSK-u. W czasie kryzysu gospodarczego (2009) redakcję przejął właściciel firmy *Sami Swoi.PrzekazyPieniężne.com*, następnie zwolnił redaktora naczelnego, a redakcję przeniósł do Polski – do Poznania lub w jego okolice. W Londynie pozostał jeden dziennikarz i osoba zajmująca się pozyskiwaniem reklam²³. Te działania nie

²⁰ <http://polishexpress.polacy.co.uk/index.php?str=info&id=10>, s. 1; 27.04.2015.

²¹ <http://polishexpress.polacy.co.uk/index.php?str=info&id=87>, s. 1; 27.04.2015.

²² <http://www.polishexpress.co.uk/>; 24.11.2015.

²³ E-mail Teresy Bazarnik do autorki z 5.05.2015 r.

przeszkodziły właścicielowi tygodnika oraz portalowi internetowemu goniec.com w zamieszczeniu ogłoszenia, że w związku z dynamicznym rozwojem i nowymi projektami poszukuje osoby na stanowisko programisty aplikacji internetowych o bardzo szerokim spektrum umiejętności w zakresie informatyki²⁴.

Na temat periodyku w polskim środowisku emigracyjnym panuje przekonanie, że ten „przyjazny środowisku” „fartuszek w kwiatuszki”²⁵ nie podejmuje trudnych tematów, jest w zasadzie katalogiem reklamowym, głównie właściciela²⁶, przeplatanym lekkimi artykułami. Nawet pobieżna analiza treści budzi przekonanie, że na pewno nie jest skierowany do wykształconego użytkownika, skoro odnajdujemy w jego zawartości, przykładowo w rubryce *Panel ekspertów*, odpowiedź na pytanie: Czym zajmuje się pediatra?

Wydanie online ma przyjazny interfejs. Bez trudu odnajdziemy aktualne kategorie główne: *Goniec Polski Festival*, *Wiadomości*, *Po godzinach*, *ABC emigranta*, *Katalog firm*, *Ogłoszenia*, *Reklama*, *Napisz do nas*.

Wiadomości obejmują najważniejsze zdarzenia ze świata, Europy, Polski, życia polskiej diaspory. Wszelkie informacje i kalendarz kulturalny odnajdziemy w kategorii *Po godzinach*. Tu widać wyraźnie, że redakcja promuje kulturę masową, jak np. festyn dla Polonii – *Goniec Polski Festival 2014*, podczas którego najważniejszymi gośćmi byli Donatan i Cleo. Porady, kwestie edukacyjne, znalezienie odpowiedniego lokum itp. kryje zakładka *ABC emigranta*. Często odwiedzane są przez Polaków strony dotyczące finansów, brytyjskiego prawa pracy, podatków, zasiłków, porad.

Pierwszym polskim tygodnikiem emigracyjnym, założonym w maju 2005 roku w Irlandii przez zespół doświadczonych dziennikarzy i specjalistów od mediów z kraju, była *Polska Gazeta. The First Polish Weekly Magazine in Ireland*. Powstała w Dublinie, by wyjść naprzeciw „gwałtownie rosnącej w siłę polskiej społeczności”²⁷. Swoim zakresem obejmuje aktualności polityczne i gospodarcze z areny międzynarodowej, ze szczególnym uwzględnieniem Polski i Irlandii. Podejmuje kwestie kulturalne, biznesowe, rynku pracy, regulacji prawnych, ubezpieczeń społecznych i zdrowotnych, sportowe; zamieszcza ogłoszenia i reklamy. Ma swoich korespondentów w całej Irlandii. Tygodnik dostępny jest w sieci polskich sklepów, sklepów z polską żywnością, kafejkach internetowych, polskich pubach, sklepach sieci Spar, Centra, Lidl, Super Valu, Eason²⁸. Z linku *Distribution* można odczytać aż 49 miast, w których periodyk jest kolportowany. Roczna

²⁴ Ogłoszenie. *Goniec Polski – The Polish Times* 2015, nr 14 (571), s. 21.

²⁵ Określenie redaktora naczelnego *Nowego Czasu* Grzegorza Małkiewicza – e-mail Teresy Bazarnik do autorki z 28.04.2015 r.

²⁶ Półstronicowe moduły ogłoszeniowe firmy Sami Swoi na temat przekazów pieniężnych do Polski pojawiają się w każdym numerze tygodnika, np. *Goniec Polski – The Polish Times* 2015, nr 12 (569), s. 32; nr 13 (570), s. 20, 39; nr 14 (571), s. 21.

²⁷ <http://www.polskagazeta.ie/PL/about.html>, s. 2; 25.05.2015.

²⁸ <http://www.polskagazeta.ie/PL/about.html>, s. 1; 25.05.2015.

prenumerata wynosi 85 funtów. Na stronie internetowej czytamy, że dociera do około 80 tysięcy osób²⁹.

Analiza treści pozwala stwierdzić, że tygodnik wyraża i odzwierciedla nastroje oraz poglądy naszych rodaków w kraju i za granicą. Pismo aktywnie i regularnie włącza się w życie polskiej społeczności w Irlandii, organizując między innymi darmowe sesje specjalistycznych porad dla swoich czytelników. Wśród współpracowników redakcji są prawnik i doradca finansowo-podatkowy, wspomagający czytelników darmową profesjonalną poradą podczas stałych dyżurów w siedzibie redakcji. *Polska Gazeta* chce być reprezentantem polskiej społeczności w Irlandii, a jednocześnie pomostem kulturalnym między swoimi czytelnikami a społecznością irlandzką. Aby ulżyć tęsknocie Polaków oddalonych od domu rodzinnego oraz by integrować obie społeczności – promuje polską kulturę. Organizuje liczne wydarzenia artystyczno-kulturalne, takie jak koncerty (Lady Pank, Dżem, Hey), wieczory kabaretowe („Oklasky” z Grzegorzem Halamą), „Dzień Dziecka w Ogrodach Ambasador” – 1 czerwca 2008 roku. W czerwcu 2006 roku reklamy czasopisma pojawiły się na kursujących w Dublinie autobusach miejskich. Redaktorzy *Polskiej Gazety* są

[...] źródłem informacji dla innych mediów europejskich czy irlandzkich (przykładem może być prestiżowy portal zawierający informacje biznesowe eubusiness.com, który podawał prawdopodobną liczbę polskich emigrantów, opierając się na danych uzyskanych od dziennikarki tygodnika). Znaczącą inwestycją wydawcy pisma było wykupienie w styczniu 2007 roku największego polskiego portalu internetowego w Irlandii – www.gazeta.ie³⁰.

Od tego czasu *Polska Gazeta* dostępna jest w bardzo czytelnej, przejrzystej wersji internetowej. Ma linki do takich kategorii, jak: *Home*, *O nas*, *Reklama*, *Cennik PG*, *Galeria zdjęć*, *Partnerzy*, *Archiwum*, *Ważne telefony*, *Kontakt*. Redakcja zapewnia, że „chce być wszędzie tam, gdzie dzieje się coś ważnego dla polskiej społeczności. Przez te wspólnie spędzone lata nauczyliśmy się wiele i mamy nadzieję, że wielokrotnie byliśmy dla Was pomocą i wsparciem”³¹. Publikacje nie ukrywają, że duża część Polaków przyjeżdża na Wyspy ze słabą znajomością języka angielskiego, z niewystarczającym wykształceniem, z umiejętnościami niepotrzebnymi w Europie i nie uczy się dalej, poprzestając na dyplomach, które zdobyli wcześniej. Z kolei nawet ci lepiej wykształceni, absolwenci politologii, socjologii, psychologii, nie mają na warunki brytyjskie konkretnego zawodu i – zdeterminowani – zadowolają się ostatecznie pracą fizyczną. Sprzątają ulice, stacje benzynowe, hotele, podają kawę w barach, na dworcach, opiekują się dziećmi, starszymi osobami czy zwierzętami, pracują na zmywaku. Warunki życia, w jakich przyszło im egzystować, sprawiają, że nie mogą się odnaleźć, że rośnie frustracja. Pocięchą bywają jedynie większe zarobki w porównaniu do

²⁹ <http://www.polskagazeta.ie>; 10.05.2015.

³⁰ Tamże.

³¹ <http://www.polskagazeta.ie/PL/>, s. 1; 25.03.2010.

ewentualnie możliwych do uzyskania w kraju. Redakcja zachęca do nieustannego uczenia się i doskonalenia języka angielskiego. Jak jednak wynika z felietonów i reportaży zamieszczanych w piśmie, tylko nieliczni uczestniczą w specjalistycznych kursach językowych, czy podejmują naukę w szkołach wyższych, żeby w przyszłości znaleźć lepszą pracę, awansować. Ciągłe myślenie o bliżej nieokreślonym czasie powrotu do kraju przekłada się na jakość życia codziennego na obczyźnie – bez poczucia wartości i poczucia godności. Z jednej strony utożsamiają się z Europą, ale z drugiej nie mają poczucia rzeczywistej przynależności do niej, ponieważ emigracja odziera ich ze złudzeń, że nowy kraj osiedlenia ich potrzebuje. Tendencje takie nasiliły się szczególnie po kryzysie ekonomicznym 2009 roku.

Trzeba przyznać, że *Polska Gazeta* jest merytorycznie bardzo sprawnie redagowanym periodykiem emigracyjnym. Jednak archiwum nie prezentuje artykułów w całości. Pokazuje czytelnikowi tylko obszerne fragmenty, zachęcając do zakupu wersji tradycyjnej. Czytelnicy wykształceni mają o to pretensje do redakcji. Tygodnik zamieszcza minimalną liczbą fotografii, szata graficzna nie zmieniła się od lat.

Emigracyjne przedsięwzięcie, jakim jest *Nowy Czas. New Time*, ukazuje się w Londynie od 6 października 2006 roku do dnia dzisiejszego (z przerwą od lipca do września 2012 r.). Początkowo był tygodnikiem, potem dwutygodnikiem, obecnie edytowany jest jako 32-stronicowy miesięcznik. Redaktorem naczelnym i właścicielem jest Grzegorz Małkiewicz i jego żona Teresa Bazarnik. Periodyk od powstania adresowany jest do wykształconego, inteligentnego odbiorcy, otwartego na wielokulturowość. Utrzymuje się z reklam, datków finansowych sympatyków pisma, czasami z dotacji polskiego MSZ – przykładowo w 2014 roku otrzymał wsparcie w wysokości 9800 złotych³². Obecnie drukowany jest w nakładzie 1000 egzemplarzy, które rozchodzą się bezpłatnie w Londynie w polskich sklepach oraz w oddzielnych skrzynkach – z małą przerwą w 2015 roku – w POSK-u, a także na południowo-zachodnich terenach Wielkiej Brytanii³³. To jedyne pismo reprezentujące segment emigracyjnej polskiej elitarniej prasy kulturalno-społecznej w Zjednoczonym Królestwie, osadzonej w europejskiej rzeczywistości politycznej, jednak z wyraźnie konserwatywnym zabarwieniem i sympatią dla PiS-u. Ma interaktywną wersję online: nowoczesas.co.uk. Bez trudu sięgamy po najnowsze linki takich kategorii jak: *Kim jesteśmy, Redakcja, Marketing, Dystrybucja, Ogłoszenia, Listy do redakcji, Kontakt, E-wydanie*.

Wśród stałych działów *Publicystyka* zawiera następujące rubryki: *Reportaże, Ludzie i miejsca, Takie czasy, Czas przeszły, Czas to pieniądz, Drugi brzeg. Czas na Wyspie – Aktualności, Fawley Court* (od 2008), *Pan Zenobiusz, Dobrze, bo polskie, Sylwetki, Londyn w subiektywie, Opowiadania londyńskie, Rozmowa, Listy do Redakcji. Kultura* proponuje: *Recenzje, Sylwetki, Rozmowę* oraz *Co się dzieje. Felietony* zasilają teksty pióra Krystyny Cywińskiej, Andrzeja Lichoty, Wacława

³² E-mail T. Bazarnik do autorki z 21.12.2014 r.

³³ E-mail T. Bazarnik do autorki z 26.04.2015 r.

Lewandowskiego, Grzegorza Małkiewicza, V. Valdiego (właśc. Roman Waldca). *Sport* obejmuje: *Aktualności, Relacje, Rozmowę, Felieton, Galerię. Podróże* wiodą czytelnika *Po Londynie, Po Wyspie, Polskich drogach, Po świecie, W czasie i przestrzeni. Czas na relaks* to *Zdrowie polecamy, Na laweczce, Mania gotowania, Krzyżówka, Kronika absurdu, Na końcu języka, To i owo. ARTeria* – to z kolei pozaredakcyjne, kilkuletnie, cykliczne działania *pro publico bono* redakcji, prezentujące kwestie najszerzej pojętej kultury. Obejmują – w każdym numerze – relacje ze światowych wystaw malarstwa i rzeźby z Royal Academy, Tate Gallery, National Gallery lub innych, recenzje książek, płyt, koncertów, spektakli teatralnych, festiwali, omówienia filmów, wystaw fotograficznych, nagród literackich (Nobla, Nike, Związku Pisarzy Polskich na Obczyźnie), wywiady z pisarzami i artystami itp. Wreszcie *Galeria*, w której prezentowane są sylwetki 35 polskich artystów, którzy wzięli udział w dotychczasowych 15 edycjach ARTerii. Redakcja nie wyodrębniła oddzielnej rubryki dla spraw edukacji, jednak od inauguracji pisma do chwili obecnej konsekwentnie poświęca tej tematyce znaczącą uwagę.

Teresa Bazarnik w jednym z e-maili do autorki napisała, że

[...] e-wydanie robi nam teraz drukarnia i jest to zdecydowanie łatwiejsze w obsłudze, bo łatwo się otwiera i przegląda. Niestety, nie ma jeszcze ikonki w postaci okładki na głównej stronie, ale lada dzień uda się ten problem rozwiązać³⁴.

Reasumując, w e-wydaniach polskich czasopism w Wielkiej Brytanii i w Irlandii można dostrzec pewne różnice, szczególnie w sposobie ich przeglądania. Od początków funkcjonowania – ewoluowały, stały się bardziej interaktywne, każda informacja czy artykuł mogą być skomentowane przez użytkownika.

Polska Gazeta pozwala na przeglądanie swoich publikacji wyłącznie w formie kolejno otwierających się stron WWW. Gdy korzysta się ze słabego łącza internetowego, ten sposób jest dobry, gdyż jest niewymagający. Artykułów nie możemy przeczytać do końca, bo pod każdym z nich jest zaproszenie do zakupu wydania tradycyjnego. *Cooltura, Polish Express* i *Nowy Czas* dają potencjalnemu czytelnikowi możliwość przejrzenia całej zawartości. Aby to było możliwe, wymagane jest dobre, szybkie łącze internetowe i odtwarzacz formatu PDF. Otwierając taki plik, mamy przed sobą wirtualne czasopismo, w którym kartkujemy strony za pomocą myszki lub touchpada. Jest to dokładne odwzorowanie tego, co zobaczymy w wydaniu papierowym, czyli przeładowanie informacjami i grafiką, stłoczone teksty, bez odpowiednio wolnej przestrzeni i światła. Zaletą jest utrzymana przez wydawców bezpłatna forma dostępu do omawianych tygodników, co nie jest normą. Dla przykładu od 1 lipca 2010 roku brytyjski ogólnokrajowy dziennik *The Times* oraz jego niedzielne wydanie *Sunday Times* pobierają opłaty za korzystanie z wersji serwisów internetowych w wysokości 1 funta dziennie albo 2 funtów tygodniowo. Po wprowadzeniu opłat teksty w *The Times* już nie są widoczne w wynikach wyszukiwania serwisów Google, Yahoo! czy Bing. Sprawdziły się szacunki ekspertów firmy Wiggins, że witryny obu wydań straciły 90%

³⁴ E-mail T. Bazarnik do autorki z 28.04.2015 r.

użytkowników (Hall 2010; Makarenko 2010a, s. 23; Makarenko 2010b, s. 19). To samo może spotkać mniejsze wydawnictwa. Sieciowa postać *Cooltury* i *Polish Expressu* skonstruowana jest na wzór portali informacyjnych. Z biegiem lat unowocześniono je, dodając krótkie filmiki.

Sonda, przeprowadzona wśród 52 wykształconych osób, które aktualnie mieszkają i pracują na Wyspach, dotycząca tego, czy w ogóle czytają prasę, wykazała, że nie mają czasu, wolą dobrą książkę³⁵. Na pytanie, gdzie szukają informacji o Polsce, zgodnie wymieniali polskojęzyczne portale internetowe – serwis Wirtualna Polska, Onet, ale także *Coolturę*, *Nowy Czas*, *Polish Express*, *Dziennik*. Nikt nie wymienił *Polskiej Gazety*. Okazało się, że badani czytają także czasopisma w formie tradycyjnej – w miejscach pracy i w pubach. Można się zastanowić, co to oznacza. Fakt, że Polacy na obczyźnie sięgają po tradycyjne środki przekazu, może upoważniać do twierdzenia, że e-wydania, pomimo swej interaktywności i multimedialności oraz możliwości najszybszego informowania, wielokrotnej aktualizacji oraz modyfikacji wcześniej opublikowanych tekstów, nadal będą tylko uzupełnieniem papierowych edycji. Kiedy rozwijała się telewizja, wielu myślało, że era radia już minęła. Tymczasem po kilkudziesięciu latach nastąpiła konwergencja mediów, które nawzajem się uzupełniają. Można zatem przypuszczać, że to zjawisko będzie dotyczyło także e-wydań rozmaitych periodyków.

Poza tym większość redakcji omawianych e-wydań zdołała uniknąć błędów popełnianych w latach 70. i 80. XX wieku w USA, w początkowej fazie istnienia stron internetowych powiązanych z czasopismami, kiedy zamieszczano w sieci elektronicznej wersje tożsame z wersjami drukowanymi, tworząc w ten sposób zamkniętą, statyczną całość z ograniczonymi możliwościami interaktywnymi (Gilbert 2001, s. 54).

Nawet pobieżne przejrzanie witryn e-tygodników obala stereotyp Polaka zamykającego się w polskich gettach, jak Polonia w USA – chociaż wyraźnie widać, że nasi rodacy gromadzą się w określonych dzielnicach. W Belfaście np. jest to wschodni Belfast, gdzie funkcjonuje polska księgarnia, restauracja, polskie sklepy, polski fryzjer. Co więcej, Polacy uświadomili mieszkańcom Irlandii Północnej, że ich kraj jest postrzegany przez nowych przybyszy jako swoiste eldorado. Również w Londynie mamy polskie skupiska, takie jak Kensington czy Ealing. Kolejny mit, jaki obalają e-czasopisma, to prymitywny obraz Polaka – ksenofoba, pijaka, nieroba. Nie ma w tej prasie również tradycyjnych politycznych dylematów wychodźczych ani pompatycznego obchodzenia świąt narodowych i rocznic historycznych oraz epatowania ważnymi postaciami z polskiej przeszłości, jak ma to jeszcze miejsce w prasie pokolenia niezłomnych. Młodzi Polacy chcą być przede wszystkim Europejczykami. Wychodzą z założenia, że dopóki tu mieszkają i pracują, chcą asymilacji z miejscową społecznością. Stąd zapewne wynika wpisanie do polskiego kalendarza dnia Świętego Patryka (obchodzonego 17 marca), Halloween czy włączanie się w miejscowe wybory – również na szpaltach

³⁵ Sonda przeprowadzona w kwietniu i maju 2015 r. w Londynie przez mgr Żanetę Steffek.

tygodników³⁶. Cyklicznie jednak jest podejmowany uniwersalny temat obcości, którego eskalacja nastąpiła po antypolskich wystąpieniach Davida Camerona w 2015 roku. Młodzi Polacy, chociaż są emocjonalnie związani z ojczyzną, wracać nie chcą, mimo że w ogromnej większości pracują poniżej kwalifikacji i są sfrustrowani. Napięta sytuacja międzynarodowa oraz problem uchodźców, jak również – w ostatniej dobie – nasilone opresyjne działania i utrudnienia stwarzane przez brytyjską administrację naszym rodakom³⁷, przyczyniają się do spadku poczucia bezpieczeństwa na Wyspach. Jest to nowe zjawisko.

Internet daje nieograniczone możliwości tworzenia wspólnot, niezależnie od geografii. To właśnie dzięki niemu polska społeczność żyjąca i pracująca w Wielkiej Brytanii i w Irlandii samoorganizuje się, wykazuje aktywność, znajduje zatrudnienie, mieszkania, znajomych, uzyskuje wszelkie potrzebne informacje, uczy się żyć w nowym, nie zawsze przyjaznym otoczeniu. Badania, przeprowadzone przez Michała P. Garapicha i Tatianę Osipović z Roehampton University i University of Surrey jesienią 2007 roku, dowiodły, że Internet to medium, z jakiego najczęściej korzystają Polacy w Irlandii³⁸. Można się zgodzić z Claytonem M. Christensenem, że Internet jest technologią kontynuacyjną (od internetowych wydań gazety do internetowych portali informacyjnych), a nie technologią zakłócającą tok rozwoju tradycyjnej prasy (Christensen 2010, s. 21).

Bibliografia

- Adamowski J.W. (2008). System medialny w Wielkiej Brytanii. W: J.W. Adamowski (red.). Wybrane zagraniczne systemy medialne (s. 45–85). Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Axel Springer Polska starts trias for the introduction of the Polish news paper *FAKT* in Great Britain and Ireland, 19.09.2008 [http://www.axel.springer.de/en/presse/Axel-Springer-Polska-starts-trials-for-the-introduction-of-the-Polish-newspaper-FAKT-in-Great-Britain-and-Ireland_272224.html; 16.01.2011].
- Christensen C.M. (2010). Przełomowe innowacje. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Chwastyk-Kowalczyk J. (2008). Londyński *Dziennik Polski* i *Dziennik Żołnierza* 1944–1989. Gazeta codzienna jako środek przekazu komunikatów kulturowych. Kielce: Wydawnictwo Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego.
- Chwastyk-Kowalczyk J. (2011a). Polskie portale internetowe oraz tygodniki w wersji elektronicznej na Wyspach Brytyjskich i w Irlandii. *Media i Społeczeństwo*, nr 1, s. 56–65.
- Chwastyk-Kowalczyk J. (2011b). Sposoby e-komunikowania społeczności polskiej na Wyspach Brytyjskich i w Irlandii. *Respectus Philologicus*, nr 19 (24), s. 111–122.
- Chwastyk-Kowalczyk J. (2011c). Sposoby e-komunikowania społeczności polskiej na Wyspach Brytyjskich i w Irlandii jako przedłużenie krajowego systemu medialnego. W: R. Sierocki,

³⁶ Na przykład: <http://www.polskagazeta.ie?PL/2007-4-parada.html>; 4.02.2010; <http://www.naszaanglia.co.uk/Archive/magazyn-21>; 4.02.2010.

³⁷ Na przykład: od czerwca 2015 r. biurokratyczne utrudnienia w otrzymaniu brytyjskiego paszportu przez nowo narodzone na terenie Wielkiej Brytanii dzieci obywateli polskich, posiadających także obywatelstwo brytyjskie.

³⁸ http://www.dublin24.net/component/option,com_wrapper/Itemid,93/; 15.05.2015.

- M. Kozłowski (red.). Konkurencyjny rynek medialny. Telewizja wobec nowych mediów (s. 80–96). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Chwastyk-Kowalczyk J. (2015a). *Nowy Czas. New Time* – czasopismo polskiej inteligencji w Wielkiej Brytanii (2006–2014). *Rocznik Historii Prasy Polskiej*, z. 2 (38), s. 51–81.
- Chwastyk-Kowalczyk J. (2015b). *Nowy Czas. New Time*. Intrygujące czasopismo polskiej inteligencji w Wielkiej Brytanii (2006–2013). *Respectus Philologicus*, nr 27 (32), s. 93–103.
- Gadomski W. (2015). Emigracja bez polityki. *Gazeta Wyborcza*, 8 maja.
- Gilbert C. (2001). A Dilema in Response: Examining the Newspaper Industry's Response to the Internet (niepublikowana praca doktorska). Harvard University.
- Hall E. (2010). Tall pay wall for *The Times* in the U.K. hits traffic hard. *Advertising Age*, 22 lipca 2010 [http://adage.com/globalnews/article?article_id=145043; 23.07.2010].
- Konarska K. (2007). System mediów elektronicznych w Wielkiej Brytanii. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Kowalik J. (1976–1988). Bibliografia czasopism polskich wydanych poza granicami kraju od września 1939 roku, t. 1–5. Lublin: KUL.
- Makarenko V. (2010). *The Times* ma mniej czytelników w sieci. *Gazeta Wyborcza*, 20 lipca.
- Makarenko V. (2010a). Nie zapłacą za *The Times* w sieci? *Gazeta Wyborcza*, 27 maja.
- Maślanka J. (1976) (red.). Encyklopedia wiedzy o prasie. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- McDonald H. (2006). Dublin heralds a new era in publishing for immigrants [http://www.guardian.co.uk/media/2006/mar/12/pressandpublishing.business3; 7.08.2007].
- Olszański L. (2006). Dziennikarstwo internetowe. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.
- Paczkowski A. Polonijna prasa [www.encyklopedia.pwn.pl; 25.05.2010].
- Shannon R. (2001). A Press Free and Responsible. Self-regulation and the Press Complaints Commission 1991–2001. London: John Murray.
- Wygonik-Barzyk E. (2010). *Polski Herald* i jego obecność na rynku prasy polskiej w Irlandii w latach 2005–2009. *Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy*, nr 2/13, s. 245–274.

STRESZCZENIE

Artykuł dotyczy polskich portali internetowych w latach 2001–2010, tj.: Expatpol.com, Gonic.com, Gazeta.ie, Dublin24.net, Londynek.net, oraz udostępnianych przez nie e-tygodników, ukazujących się również w Wielkiej Brytanii w wersji tradycyjnej – *Cooltura*, *Goniec Polski* – *The Polish Times*, *Polish Express* i *Nowy Czas. The New Time*, a także na Zielonej Wyspie – *Polska Gazeta*. Misją ich założycieli jest informowanie o zdarzeniach z kraju i ze świata, ale przede wszystkim tworzenie wspólnoty polskiej społeczności w Wielkiej Brytanii i Irlandii. Z uwagi na wielość inicjatyw wydawniczych autorka skupiła się tylko na wybranych czterech najbardziej popularnych tygodnikach. Wykazano, że Internet jest technologią kontynuacyjną (od internetowych wydań gazety do internetowych portali informacyjnych), a nie technologią zakłócającą tok rozwoju tradycyjnej prasy.

Słowa kluczowe: polskie portale internetowe w Wielkiej Brytanii, polskie e-tygodniki w Wielkiej Brytanii i Irlandii, Expatpol.com, Gonic.com, Gazeta.ie, Emto.net, Szkocjanet.pl, Dublin24.net, Londynek.net, *Cooltura*, *Goniec Polski* – *The Polish Times*, *Polish Express*, *Nowy Czas. The New Time*, *Polska Gazeta*