

Agata Listoś

Polska prasa drukowana oraz serwisy elektroniczne w Irlandii

Przystąpienie Polski do struktur Unii Europejskiej otworzyło naszym obywatelom nie tylko dostęp do zagranicznych rynków pracy, ale i możliwość tworzenia pomniejszych, narodowych społeczności poza granicami kraju. Zjawisko takie obserwuje się przede wszystkim w Irlandii, która notuje największy wskaźnik polskiej populacji spośród wszystkich grup narodowościowych. Wyjazdy zarobkowe, przybierające już rozmiary exodusu, coraz częściej przechodzą w wizyty długoterminowe, a nierzadko i w bezpowrotne. Pobyt Polaków w Irlandii jest bardzo widoczny nie tylko na płaszczyźnie ekonomiczno-gospodarczej (polskie firmy, instytucje, sklepy z importowaną żywnością, filie polskich uczelni), ale również kulturalnej (liczne koncerty polskich zespołów, spotkania z polskimi pisarzami, publicystami oraz sportowcami). W tej atmosferze rozwija się polska prasa drukowana oraz elektroniczne serwisy informacyjne¹.

Początki powstania

Polska emigracja zarobkowa, rozpoczęta w maju 2004 r., kiedy to otwarto rynek pracy dla obywateli z nowo przyjętych państw Europy Środkowej i Wschodniej, zaowocowała w roku 2006 liczbą ponad 63 tys. polskich obywateli na terenie Irlandii (według Głównego Urzędu Statystycznego w Irlandii²). Istotne znaczenie w procesach integracyjnych polskich emigrantów z irlandzkimi obywatelami odegrał „Polski Herald”, stanowiący polskojęzyczny dodatek początkowo do piątkowego, a następnie – do środowego wydania dziennika „Evening

¹ Całościowy obraz polskich mediów w Irlandii obejmować musi, poza gazetami oraz serwisami internetowymi, również polskie audycje radiowe, np. *Polska Tygodniówka* prezentowana w irlandzkim radiu *Near 90,3 FM*, *Rozmowy znad Liffey*, *Kulturalny Wieczór*, *Na Godzinę* emitowane w *Dublin City FM*, serwis informacyjny *Oto Polska* emitowany w irlandzkiej telewizji kablowej *City Channel*.

² <http://www.cso.ie/statistics/nationalityagegroup.htm>.

Herald”, wydawanego przez Independent News & Media w liczbie 80 tys. egzemplarzy. Polskojęzyczny suplement do gazety redagowany był od początku listopada 2004 r. przez irlandzkiego dziennikarza – Toma Galvina. Dodatek stanowił odrębną, kilkunastostronicową publikację, wypełnioną różnymi gatunkami dziennikarskimi, od ściśle informacyjnych po publicystyczne. Szczególnie rozbudowany dział kulturalny wzbogacany był artykułami znanych felietonistów, takich jak Witold Bereś czy Beata Zimnicka. Mimo problemów na przykład z wykorzystywaniem polskiego alfabetu, o którym mówi redaktor irlandzkiego dziennika „Irish Examiner”, który podjął się próby opublikowania pierwszej strony swojej gazety w dwóch wersjach językowych („Te wszystkie »ę«, »ą« i »ż« to kłopot” – narzeka. „Musielibyśmy zatrudnić całą ekipę dziennikarzy, korektorów. Kierownictwu trudno byłoby kontrolować, co pisze gazeta”³), „Polski Herald” wydawany był sukcesywnie przez prawie pięć lat. Niestety, z uwagi na gwałtownie spadającą liczbę odbiorców, związaną z aktualnymi warunkami ekonomiczno-gospodarczymi, na początku lutego ukazał się ostatni numer tej gazety⁴. Idea połączenia dwóch nacji w ramach jednej gazety stanowiła duży krok w kierunku integracji polsko-irlandzkiej. „Polski Herald” został uhonorowany w 2006 r. prestiżową nagrodą MAMA (Metro Eireann Media and Multicultural) przyznawaną „za działania promujące integrację różnych narodowości zamieszkujących Irlandię”⁵. W środowych wydaniach „Evening Herald” zaobserwować można jednak pozostałości po działalności dwujęzycznej redakcji w postaci polskiej rubryki redagowanej przez Emilię Marchelewską, stanowiącej skrótowy przegląd informacji dotyczących Polaków zamieszkujących Irlandię oraz skrót informacji kulturalnych⁶.

Polacy na „zielonej wyspie”, których liczba sięgała nieoficjalnie nawet 120 tys. obywateli⁷, stanowili szeroką grupę odbiorczą pierwszej – w całości polskiej – gazety, założonej w maju 2005 r., o tytule podkreślającym narodowość czytelników, do których została skierowana – „Polska Gazeta”. Jak sama redakcja sugeruje na swojej stronie internetowej (dostępnej w dwóch wersjach językowych) – to więcej niż tygodnik, to cała instytucja informacyjno-interwencyjna:

Będąc socjologicznie świadomą organizacją, „Polska Gazeta” z powodzeniem stara się utrzymać pozycję ośrodka polskiej społeczności w Irlandii, przyjmując rolę pomostu kulturalnego między naszymi czytelnikami a irlandzką społecznością. Aby ulżyć mieszkającym tu Polakom w tęsknocie za domem, jak również by przybliżyć pełniejszą integrację naszych społeczności⁸.

³ <http://wyborcza.pl/1,86703,3687174.html>.

⁴ <http://expatpol.com/index.php?stsid=32658>.

⁵ *Ibidem*.

⁶ *Evening Herald*, 6 maja 2009.

⁷ <http://www.irishjobs.ie/ForumWW/WWIndividualArticle.aspx?ForumTypeID=2480>.

⁸ <http://www.polskagazeta.ie/PL/about.html>.

„Polska Gazeta” utrzymuje średni nakład w granicy 10 tys. egzemplarzy. Zawierająca 40 stron publikacja traktuje o problemach polskich emigrantów w Irlandii, stanowi przegląd najważniejszych informacji dotyczących zamieszkujących tu Polaków. Redakcja, poza publikowaniem artykułów, zajmuje się również udzielaniem bezpłatnych porad oraz konsultacji. Co tydzień organizowany jest dyżur zarówno w zakresie informacji podatkowej, prawa pracy, opieki medycznej, jak i psychologicznej. Dodatkowo na łamach gazety dostępne są fragmenty *Powrotnika – nawigacji dla powracających*, publikacji przygotowanej w listopadzie 2008 r. w celu ułatwienia Polakom powrotów z emigracji. Cena jednego egzemplarza „Polskiej Gazety” wynosi 2,49 €.

Z podobną misją powstawały kolejne pisma, jak choćby „Kurier Polski” – tygodnik informacyjno-ogłoszeniowy, wydawany od lipca 2006 r. początkowo jako „anons.ie”, a następnie jako „Anons Polski”. „Anons” w swej pierwotnej postaci przetrwał do dziś jako serwis internetowy o przeznaczeniu wyłącznie ogłoszeniowym, jak sam tytuł wskazuje. W „Kurierze Polskim”, zarówno w wydaniu papierowym, jak i na stronie internetowej, przeważa rola informacyjna. Prawie 30-stronicowa publikacja w cenie 2,40 € zawiera tygodniowy przegląd najważniejszych wydarzeń z Polski, przegląd irlandzkiej prasy z uwzględnieniem podziału na Irlandię Północną oraz Republikę Irlandii, podzieloną dodatkowo na regiony (m.in. Cork, Galway, Waterford, Kilkenny) oraz wiadomości ze świata. W przeciwieństwie do działu kulturalnego, dość obszerną sekcję stanowią wiadomości sportowe.

W czerwcu 2007 r. zaczął ukazywać się „Nasz Głos” – bezpłatny dwutygodnik, który następnie, w styczniu 2008 r., po przejęciu przez polski koncern wydawniczy Wizard Media Ltd, zmienił się w prasę tygodniową. Gazeta powiększyła jednocześnie swój zasięg dystrybucyjny – „Nasz Głos” dociera, poza Dublinem, również do większości dużych miast w Irlandii. W styczniu 2009 r. nastąpiły zmiany odnośnie do sposobu redagowania „Naszego Głosu”. Redakcja, próbując trafić do młodszego pokolenia odbiorców, o średniej wieku 20–40 lat, wyraźnie dba o szatę graficzną, wzbogacając ją licznymi fotografiami oraz prezentacjami multimedialnymi. Obecnie tytuł wydawany jest w nakładzie 10 tys. egzemplarzy tygodniowo, zawiera doniesienia z Polski i Irlandii (również Północnej), porady dla poszukujących zatrudnienia na „zielonej wyspie”, odrębne, przejrzyste, jednostronicowe działy: rozrywka, auto-moto, zdrowie, finanse oraz sport.

„Polski Express” – bezpłatny dwutygodnik – po raz pierwszy ukazał się w 2006 r. Wydawany jest przez Polish Express Ltd, firmę która wydawała również „Polish Times – Życie w Irlandii” przez ponad rok, do maja 2008 r. Bogata szata graficzna oraz format A4 wyróżnia tę gazetę od innych, wydawanych na tradycyjnym papierze gazetowym. Kolejnym wyróżnikiem jest przejrzystość gatunkowa, polegająca na oddzieleniu informacji od reportażu, komentarzy, wywiadów oraz felietonów, jak i na stosowaniu bogatego słownictwa w budowaniu tychże gatunków.

Sierpień 2008 r. to data pojawienia się na irlandzkim rynku pierwszego egzemplarza gazety „Fakt dla Irlandii”, wydawanego przez spółkę Axel Springer Polska⁹ początkowo w nakładzie 12 tys., a dziś już w liczbie 20 tys. egzemplarzy. Charakter gazety zbliżony jest do jej polskiego odpowiednika, zaliczanego do tzw. „prasy kolorowej”. Zawiera przedruki artykułów z polskiego wydania, wzbogacone między innymi poradami dla polskich emigrantów oraz dodatkiem polskiego programu telewizyjnego z uwzględnieniem przesunięcia strefy czasowej (sic!).

Wśród polskiej prasy emigracyjnej w Irlandii wymienić można też takie tytuły, jak: „Sofa” – wydana po raz pierwszy w grudniu 2006 r. w Irlandii oraz Wielkiej Brytanii, „Szpila” – polski magazyn informacyjno-kulturalny, ukazujący się od sierpnia 2005 r., „Emigracja.ie” – wydawana w Cork od lutego 2007 r., „Wyspa, Polish Neighbour (free)”. Wymienione publikacje nie ukazują się już na rynku irlandzkim.

Obok gazet wydawanych drogą tradycyjną (za pośrednictwem drukarni) wszystkie redakcje posiadają swoje internetowe serwisy, za pośrednictwem których można dotrzeć do najnowszych e-wydań bieżących numerów, zapoznać się z materiałami archiwalnymi, skorzystać z porad czy choćby skontaktować się z redakcją. Wychodząc naprzeciw coraz bardziej wymagającemu czytelnikowi, powoływane są gazety internetowe umożliwiające niejednokrotnie redagowanie artykułów przez samych czytelników.

- www.gazeta.ie – redagowana z kraju
- <http://dublinek.net/>
- www.polishcentre.ie – portal dwujęzyczny
- www.polskidublin.com
- www.pl104.com
- www.irlandiaonline.pl
- www.irlandia.banda.pl
- www.irlandia.miecio.pl
- www.meteo.ie (modernizacja strony)
- www.irishnews.pl
- www.myireland.pl (serwis społecznościowy, randki)
- www.ipolish.ie (serwis społecznościowy, randki)
- www.zielonairlandia.pl
- www.nadajemy.ie
- www.greenisland.ie
- www.wyspa.ie
- www.ballinasloe.pl
- www.polacywlongford.pl
- www.polishgalway.com
- www.theireland.info

⁹ 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.

- www.arklow.pl
- www.drogheda.prv.pl
- www.limerick.com.pl
- www.kilkenny.pl
- www.gorey.pl
- www.carlow.pl

Funkcje dziennikarstwa emigracyjnego

Podstawową funkcją prasy emigracyjnej jest funkcja informacyjna, niezwykle przydatna osobom mieszkającym poza granicami kraju. Według redaktorów publikacji *Dziennikarstwo* – Marka Chylińskiego i Stephana Russ-Mohla:

Odbiorcy oczekują od mediów, że dostarczą im informacji takiego rodzaju i w takim wymiarze, aby mogli lepiej funkcjonować w życiu codziennym. Oczekują, że informacje te ułatwią im podejmowanie decyzji, przed którymi stoją zarówno jako uczestnicy rynku, jak i obywatele¹⁰.

Polska prasa emigracyjna nie odbiega od tego modelu, prezentując czytelnikom wyselekcjonowane informacje, dotyczące bezpośrednio emigracji i związanej z nią czynników. Dzieje się to głównie za pośrednictwem krótkich informacji w postaci zajawek, fleshów czy wzmianek, z nastawieniem na treści użytkowe (zgodnie z zasadą „news you can use”). Sprawdza się to szczególnie w sytuacji, kiedy redakcje mają do czynienia z czytelnikami nieznanymi swoich praw czy choćby ograniczonych barierą językową. Tematyka zamieszczanych wiadomości znajduje się w kręgu treści lekkich (tzw. „soft news”), co wynika ze zróżnicowania grupy polskich czytelników.

„Kolejną funkcją dziennikarstwa, o której rzadko się mówi, chociaż staje się ona coraz ważniejsza, jest funkcja integracyjna. Media budują mosty pomiędzy kulturami i stylami życia”¹¹; szczególnie widoczne jest to w kontekście prasy emigracyjnej, chociażby na przykładzie dwujęzycznych wydań dziennika „Evening Herald”. Funkcja integracyjna prasy drukowanej oraz serwisów elektronicznych istotna jest również na płaszczyźnie społeczno-towarzyskiej. Osoby emigrujące oddalają się od rodziny, przyjaciół oraz znajomych o tysiące kilometrów. Próbując rozpocząć nowe życie, poszukują pomniejszych społeczności, do których mogłyby przynależeć. Umożliwiają im to polskie media informujące o wydarzeniach kulturalnych, instytucjach, restauracjach, mszach odprawianych w języku polskim. Ułatwiają im również przyłączanie się do społeczności związanych z określonym pismem czy portalem internetowym. Zaraz po funkcji integracyjno-socjalizującej wymienimy funkcję edukacyjną polskiej prasy emi-

¹⁰ *Dziennikarstwo*, red. M. Chyliński, S. Russ-Mohl, Warszawa 2008, s. 19.

¹¹ *Ibidem*, s. 25.

gracyjnej w Irlandii. Określenie „news in use” obejmuje wszelkie poradniki, kursy językowe, aplikacje umożliwiające przeliczanie waluty czy odnalezienie najtańszych połączeń lotniczych, dołączane do wydań czasopism i zamieszczane na stronach internetowych w postaci gotowej do pobrania czy użycia.

Funkcjonowanie redakcji polskiej gazety w środowisku irlandzkim na przykładzie „Naszego Głosu”

Redakcja „Naszego Głosu”, bezpłatnego tygodnika wydawanego i dystrybuowanego w większych miejscowościach na terenie niemal całej Irlandii, znajduje się w centrum Dublinu przy Lower Gardiner Street. Jednopokojowa siedziba przygotowana jest dla czterech pracowników – redaktora naczelnego, grafika oraz dwóch osób zajmujących się sprzedażą powierzchni reklamowych na łamach gazety oraz portalem internetowym. Artykuły pojawiające się w „Naszym Głosie” są w całości redagowane przez Marcina Klinkosza – redaktora naczelnego i jednocześnie pomysłodawcę oraz założyciela redakcji. Od momentu przejścia gazety przez polski koncern medialny Wizard Media Ltd na podstawie umowy licencyjnej, dział informacji z kraju wspomagany jest przez pracowników koncernu, którzy mają bezpośredni kontakt z wydarzeniami lub opiniami dotyczącymi określonych tematów.

Kolejnym charakterystycznym zjawiskiem (poza niewielką, jeszcze raczkującą redakcją) jest tu brak polskich agencji prasowych oraz wspólnoty wymiany informacji pomiędzy redakcjami. Są jednak instytucje o charakterze prospołecznym, współpracujące z polskimi mediami, jak choćby Forum Polonia, będące „platformą współdziałania przedstawicieli polonijnych organizacji, mediów oraz osób zaangażowanych w projekty dotyczące mniejszości polskiej i społeczeństwa Irlandii. Forum działa jako platforma wymiany informacji, udzielania wzajemnego wsparcia, społecznej integracji oraz obrony interesu mniejszości polskiej w Republice Irlandii”¹², My Cork – stowarzyszenie założone przez Piotra Słotwińskiego, mające na celu integrację społeczności polonijnej zamieszkałej w Cork oraz promowanie polskiej kultury¹³, czy choćby GIPA – Polsko-Irlandzkie Stowarzyszenie w Galway¹⁴.

„Nasz Głos” Sp. z o.o. finansowany jest z reklam ukazujących się we wszystkich numerach. Większość reklamujących się firm, zarówno polskich, jak i zagranicznych, prezentuje swe oferty na łamach „Naszego Głosu” od 2007 r. Specyfiką docierania do polskiej społeczności, której znaczna część nie zna biegle języka angielskiego, jest wykorzystywanie języka polskiego w prezento-

¹² <http://forumpolonia.org/o-nas/>.

¹³ http://mycork.org/index.php?option=com_content&task=view&id=1&Itemid=53.

¹⁴ <http://gipa.org.pl/>.

wanej ofercie, czy to drukowanej, czy za pośrednictwem polskiego konsultanta zatrudnionego w firmie. Przypadki oferowania swych usług wyłącznie w języku angielskim nie cieszą się dużym powodzeniem, a często zostają wręcz zignorowane.

Dla większości przedsiębiorstw medialnych odbiorcy nie są klientami najważniejszymi, jako że główna część dochodów pochodzi zazwyczaj od reklamodawców. Trzeba jednak pamiętać, że ci są skłonni zamieszczać reklamy tylko wtedy, gdy wierzą, że dane medium dociera do będącej w ich kręgu zainteresowań grupy docelowej¹⁵.

Nakład początkowy, sięgający 4 tys. egzemplarzy, został zwiększony do 10-tysięcznego. Liczba ta zostaje dodatkowo wielokrotniona dzięki elektronicznym wydaniom gazety. Powstały w marcu 2009 r. portal internetowy to krok w stronę interakcji z odbiorcą oraz próba dotarcia do czytelników najbardziej oddalonych od miejsc dystrybucji czasopisma. Ideą serwisu internetowego jest zamieszczanie codziennie nowych informacji, które wspierać będą zarówno popularność samego serwisu, tworząc z niego dziennik, jak i tradycyjnego wydania czasopisma. Funkcjonalność portalu, oparta na zasadzie „sprzężenia zwrotnego” z odbiorcą, umożliwi czytelnikom dodawanie komentarzy, subskrybowanie wiadomości oraz opinii na drodze RSS, a przede wszystkim redagowanie artykułów przez samych czytelników. Sekcja ta już od momentu uruchomienia portalu cieszy się dużą popularnością. Według wskaźników badania popularności portalu średnio miesięcznie przybywa 75% użytkowników.

Agata Listoś

The Polish printed press and websites in Ireland

(S u m m a r y)

The research work of Polish press in Ireland is attempting of systematization wide selection of Polish newspapers, which have been developed since May 2004 – date of Polish participation in European Union structure. According to Polish involving in the EU and the growing number of Polish emigrants in Ireland, Polish media were established to satisfy the needs of information, integration and education Polish community in Ireland. Editorial office of “Nasz Głos”, free weekly newspaper is an exemplification of situation and development Polish minority media in Ireland.

¹⁵ *Dziennikarstwo*, s. 264.