

Katarzyna Brzoza

Polskie portale internetowe na Wyspach Brytyjskich

Abstract: The Polish web portals on the British Isles

The aim of this study is to show the landscape of the Polish web portals on the British Isles and participation of the Internet network in maintaining relationships with the family house by the Polish emigration. At the moment, there are lots of portals to Polish migrants, and counting. The questionnaire surveys showed that the Internet is very important source of information about situation in the country for Poles who are abroad. Moreover, they can communicate with the family and friends who stayed in Poland by means of the Web.

Key words: web portal, questionnaire surveys, Internet network, Polish emigration

Internet jest środkiem komunikacji, który po raz pierwszy pozwala porozumiewać się wielu z wieloma w wybranym przez nich czasie i na globalną skalę¹.

Rozwijająca się sieć internetowa jest nośnikiem zmian zachodzących w wielu dziedzinach życia społecznego. Społeczeństwa XXI wieku funkcjonują w wirtualnym świecie z coraz większą łatwością i na niewyobrażalną dotąd skalę. Informacja dzięki sieci internetowej stała się wartością globalną, zyskując nowe możliwości w zakresie gromadzenia i przepływu. Otwarte granice państw umożliwiły także Polakom wejście do grupy „obywateli świata”, którzy mogą mieszkać, pracować, żyć w innym kraju. Jednym z najpopularniejszych miejsc osiedlania się polskiej diaspory są Wyspy Brytyjskie, gdzie polską obecność widać

¹ M. Castells: *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*. Przeł. T. Hornowski. Poznań 2003, s. 12.

w zasadzie wszędzie, również w sieci internetowej bogatej w portale stworzone z myślą o Polakach przebywających w Wielkiej Brytanii. Profil polskiego migranta, krajobraz polskich portali internetowych oraz opinie samych Polaków przebywających na angielskiej ziemi dotyczące źródeł, z których czerpią informacje potrzebne w codziennym życiu, a także odnośnie do bieżącej sytuacji w Polsce to podstawowe kwestie poruszane w niniejszym artykule.

Kilka słów na temat polskiej migracji oraz komunikacji elektronicznej

Z badań przeprowadzonych przez Centrum Badania Opinii Publicznej w 2009 roku wynika, iż w ciągu ostatnich dziesięciu lat co 9. dorosły Polak (11%) pracował za granicą. W okresie prowadzonych badań co setna osoba deklarowała, że aktualnie pracuje poza krajem, jednakże należy wziąć pod uwagę fakt, iż badania prowadzono w Polsce, a tym samym nie uwzględniono osób przebywających w tym okresie za granicą. Na podstawie szacunków przyjętych przez badaczy można założyć, że w ostatnim dziesięcioleciu pracowało za granicą mniej więcej 3 mln 300 tys. obywateli polskich. Najwięcej Polaków pracowało lub pracuje w Niemczech — 44% i w Wielkiej Brytanii — 16%. Kolejne miejsca w tym rankingu zajmują: Włochy — 8%, Holandia — 8%, Francja — 8%, Stany Zjednoczone — 6%, Hiszpania — 6%, Irlandia — 5%, Austria — 5%, Norwegia — 3%².

Analizy ruchów migracyjnych sygnalizują dwie wydawałoby się sprzeczne tendencje, gdyż zwiększa się liczba osób wyjeżdżających w poszukiwaniu pracy za granicą oraz jednocześnie wzrasta odsetek powracających. Badacze tłumaczą to zjawisko w następujący sposób: część osób, które w efekcie kryzysu utraciły pracę, wracają, natomiast kolejna grupa w związku z trudną sytuacją w Polsce szuka szans na międzynarodowym rynku pracy. Realne plany poszukiwania pracy poza granicami kraju pojawiają się u mniejszej liczby Polaków, ale należy zwrócić uwagę na to, iż najczęściej taki zamiar wykazują najmłodszy respondenci, zwłaszcza uczniowie i studenci. Czynnikiem sprzyjającym podjęciu decyzji o rozpoczęciu pracy na rynku międzynarodowym są doświadczenia zdobyte w tym zakresie wcześniej. Potwierdzeniem tego stwierdzenia są dane przedstawione w internetowym wydaniu

² *Polacy pracujący za granicą*. CBOS Komunikat z badań. Warszawa listopad 2009, BS/155/2009.

„Polityki” z 2008 roku, gdzie w artykule Pawła Wrabeca *Emigracja nie chce wracać* wskazano, że 75% ankietowanych mężczyzn i 64% kobiet wyjeżdżało do pracy zarobkowej do innego kraju przed ostatnią migracją do Wielkiej Brytanii³.

Wyjaśnienia ruchów migracyjnych o charakterze międzynarodowym poszukuje się w kumulacji kilku czynników sprzyjających temu zjawisku, posługując się modelem „push and pull” (por. tab. 1). Specjaliści w tej materii mówią o istnieniu czynników „wypychających”, czyli negatywnych zjawiskach na ziemi ojczystej przemawiających za wyjazdem (np. zła sytuacja materialna, dyskryminacja), i „ciągnących” — oznaczających pozytywne perspektywy w innym kraju (np. poprawa sytuacji materialnej, brak dyskryminacji), mających duże znaczenie dla wielkości stopnia migracji. Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, iż mimo klasyfikacji zaprezentowanej w tabeli 1 decyzja o emigracji jest efektem zaistnienia wielu determinant. Badacze wskazują poprawę sytuacji ekonomicznej na ziemi ojczystej lub przynajmniej zmniejszenie dysproporcji dotyczących wynagrodzenia za pracę w kraju i za granicą jako wartości silnie wpływające na bardzo wyraźne obniżenie tendencji migracyjnych.

Tabela 1

Motywy migracji

Uwarunkowanie decyzji	Czynniki	
	„wypychające”	„ciągnące”
Ekonomiczne i demograficzne	ubóstwo; bezrobocie; niskie płace; wysoki przyrost naturalny; brak podstawowej opieki medycznej; braki w systemie edukacji	perspektywy wyższych zarobków; perspektywy poprawy standardu życia; rozwój osobisty i zawodowy
Polityczne	konflikty, niebezpieczeństwo, przemoc; korupcja; łamanie praw człowieka	poczucie bezpieczeństwa; wolność polityczna
Społeczne i kulturowe	dyskryminacja wynikająca ze względów etnicznych, religijnych	łączenie rodzin; migracja do kraju przodków; brak zjawiska dyskryminacji

Źródło: cyt. za: *Wpływ emigracji zarobkowej na gospodarkę Polski*; Ministerstwo Gospodarki, Departament Analiz i Prognoz luty 2007 [www.mg.gov.pl/NR/rdonlyres/C14A5DE8-7236-4770-A72D-44D7A0454F93/31186/migracja 070301. pdf (dostęp: 16.12.2012)].

³ P. Wrabec: *Emigracja nie chce wracać* [http://www.polityka.pl/kraj/266774,1,emigracja-nie-chce-wracac.read (dostęp: 27.12.2012)].

Dotychczasowe doświadczenia badawcze pozwoliły na wypracowanie sylwetki polskiego migranta zarobkowego, który jest prezentowany jako osoba:

- młoda, częściej mężczyzna (18—34/37 lat);
- pochodząca z regionów mniej zurbanizowanych (charakteryzujących się większymi różnicami w dochodach z uwagi na poziom bezrobocia i zatrudnienia, np. województwa podlaskie, małopolskie, podkarpackie);
- przemieszczająca się zarówno do dużych miast, jak i regionów peryferyjnych w krajach przyjmujących;
- podatna na sieci migracyjne, związki historyczne i kulturowe;
- bezdzielna (czyli o mniejszym obciążeniu dla systemów społecznych państwa zatrudnienia, zasadniczo płatnik netto podatków w kraju przyjmującym);
- stosunkowo dobrze wykształcona, poddana ryzyku *brain drain* i *brain waste*;
- wykonująca w kraju przyjmującym prace niewymagające zbyt wysokich kwalifikacji (robotnik rolny, pomoc domowa, kelner, robotnik budowlany, kucharz, opiekun/ka dzieci, osób starszych) lub wykonująca prace wymagające wąskiej specjalizacji (np. dentysta, chirurg klatki piersiowej, anestezjolog, glazurnik, masażysta, informatyk);
- transferująca część zarobków do kraju⁴.

Rezultaty badań prowadzonych w ramach grantu badawczego Economic and Social Research Council, opublikowane w raporcie *Polscy migranci w Londynie — klasa społeczna i etniczność*, pozwoliły dokonać podziału migrantów na cztery podstawowe typy:

1. BOCIANY (20%): stanowią grupę migrantów sezonowych, którzy znajdują zatrudnienie w niskopłatnych sektorach rynku; zazwyczaj okres zatrudnienia obejmuje od dwóch do sześciu miesięcy; celem nadrzędnym staje się maksymalizacja zarobków przy minimalizacji wydatków i czasu, jaki spędza się w Londynie; taka strategia egzystowania może mieć charakter długofalowego sposobu na życie;
2. CHOMIKI (16%): wyjazd do Londynu to jednorazowy sposób akumulacji określonego kapitału zbieranego w celu inwestycji w Polsce; pobyt w Londynie trwa dłużej niż w przypadku pierwszej grupy i ma charakter nieprzerwany; ta grupa migrantów również skupia się w niskopłatnych sektorach zatrudnienia oraz znajduje umocowanie w grupach polskich migrantów; migracja to dla nich droga do przyszłego awansu w Polsce;

⁴ *Wpływ emigracji zarobkowej na gospodarkę Polski; Ministerstwo Gospodarki, Departament Analiz i Prognoz luty 2007* [<http://www.mg.gov.pl/NR/rdonlyres/C14A5DE8-7236-4770-A72D-44D7A0454F93/31186/migracja070301.pdf>] (dostęp: 27.12.2012)].

3. BUSZUJĄCY (42%): grupa osób, które świadomie nie sytuują swojej przyszłości w konkretnym miejscu, pozostawiając sobie szeroką gamę wyboru krajów ewentualnego pobytu i nie ograniczając się do jednego; dominują tutaj ludzie młodzi, dynamiczni, mobilni indywidualiści, którzy znajdują zatrudnienie niemal we wszystkich sektorach; koncentrują się na powiększaniu kapitału ekonomicznego i społecznego w Polsce, Londynie lub na dalszej migracji; traktują rynek pracy w ujęciu międzynarodowym;
4. ŁOSOSIE (22%): migranci podkreślający chęć pozostania na emigracji, a ewentualny powrót do Polski wiążą z okresem późnej starości; wysoka mobilność przestrzenna i zawodowa, jednakże wyłącznie w obrębie jednego kraju — Wielkiej Brytanii.

Polacy wyjeżdżają do Wielkiej Brytanii, gdyż tam upatrują możliwość uniezależnienia finansowego oraz rozwoju osobistego między innymi przez naukę języka oraz zdobywanie wiedzy i nowych doświadczeń, poznanie przedstawicieli różnych kultur. Polski rynek pracy stanowi w tym wypadku negatywny kontrapunkt charakteryzujący się w opinii migrantów nepotyzmem, złą sytuacją pracowników, złymi warunkami rozwoju przedsiębiorczości. Mimo zatrudnienia na niskopłatnych stanowiskach Wielka Brytania to dla Polaków miejsce dające wiele możliwości, które może być traktowane jako swoista szkoła życia. Większość migrantów uczestniczy w życiu społeczno-ekonomicznym Polski poprzez odbywanie podróży do kraju (80% respondentów), robienie zakupów (70% respondentów), inwestowanie w nieruchomości, poszukiwanie miejsca dla rozwoju własnego biznesu. Rodacy przygotowują się do wyjazdu, gdyż ponad połowa osób uczestniczących w badaniach przyznała, że miała znajomych na Wyspach jeszcze przed przyjazdem tam, duża grupa sama udzielała pomocy nowo przybyłym⁵.

Antropolog z Uniwersytetu w Surrey Michał Garpich prowadzący badania brytyjskiej Polonii doszedł do wniosku, iż dla migrantów z Polski „otwarcie drzwi na Wyspach nie oznacza zamknięcia tych za Polską”⁶. Wielkość polskiej diaspory w Wielkiej Brytanii spowodowała, iż rozwinęła się cała branża ułatwiająca rodakom życie poza granicami kraju. Bardzo obrazowo i wymownie przedstawia to perspektywa Piotra Stasiaka w artykule pt. *Jak się zarabia na emigrantach. Londynek dla Londynu*. Autor opisuje cały system obsługi lotniczej i finansowej Polaków w Wielkiej Brytanii, regulacje podatkowe, system socjalny, branżę telekomunikacyjną, opiekę

⁵ J. Eade, S. Drinkwater, M.P. Garapich: *Polscy migranci w Londynie — klasa społeczna i etniczność*. Raport z badań. CRONEM Centre for Research on Nationalism, Ethnicity and Multiculturalism University of Surrey, 2006, s. 8—9.

⁶ M. Budna: *Dziura po emigrantach* [<http://www.polityka.pl/kraj/185475,1,dziura-po-emigrantach.read> (dostęp: 27.12.2012)].

lekarską oraz system edukacyjny służące polskim emigrantom⁷. Na Wyspach Brytyjskich powstało wiele polskich instytucji. Na uwagę zasługuje Polski Ośrodek Społeczno-Kulturalny, powołany do życia przez społeczność polską w Wielkiej Brytanii, którego nadrzędnym celem stała się promocja i umożliwianie dostępu do polskiej kultury w jej różnorodnych formach. W ramach wspomnianego Ośrodka funkcjonują teatr, galeria, jazz café, malanova, czyli pomieszczenia, które można wynająć, biblioteka. Polacy mają możliwość zrzeszania się w wielu różnych organizacjach, na przykład Związek Pisarzy Polskich na Obczyźnie, Stowarzyszenie Techników Polskich w Wielkiej Brytanii, Polski Uniwersytet na Obczyźnie, Zjednoczenie Polskie w Wielkiej Brytanii, Medical Aid for Poland Fund, Polskie Stowarzyszenie Powiernicze, The Joseph Conrad Society, Związek Artystów Scen Polskich za Granicą, Zrzeszenie Nauczycielstwa Polskiego za Granicą, Zrzeszenie Studentów i Absolwentów Polskich w Wielkiej Brytanii, Instytut Polskiej Akcji Katolickiej w Wielkiej Brytanii⁸.

Człowiek potrzebuje również rozrywki, odprężenia i dlatego polscy emigranci starają się konstruktywnie zagospodarować czas wolny oraz zapewnić sobie zaspokojenie potrzeb społeczno-kulturalnych. Nawet siedząc w domu przed komputerem, można znaleźć na stronach WWW: polskie kościoły w Londynie, polskie instytucje i organizacje, polskie restauracje i kluby w Londynie, polskie szkoły, sklepy, polonijne media i instytucje kulturalne, polskich lekarzy, pomoc dla uzależnionych Polaków, polskie firmy usługowe itd., a wszystko to na Wyspach Brytyjskich. Polak w Londynie ma wiele możliwości kontaktu z tym, co „narodowe” — może wziąć udział w mszy sprawowanej w języku polskim, ale też może pójść do pubu lub restauracji o swojsko brzmiącej nazwie: „Pan Tadeusz”, „Ognisko Polskie”, „Łowiczanka”, „Kasia Cafe” itd., może korzystać z polskiej szkoły i robić zakupy w polskim sklepie, poczytać polską prasę („Nowy Czas”, „Goniec Polski”, „Tygiel”, „Dziennik Polski”, „Polish Express”, „Cultura-Polish”), posłuchać polskiej radiostacji (Polskie Radio 6, Radio Orła, Goniec FM, Polish Radio, Radio HeyNow)⁹.

Rodacy przebywający poza krajem czują się dobrze na Wyspach, gdyż zachowują polską tożsamość, stając się jednocześnie członkami brytyjskiego społeczeństwa. Anglia daje imigrantom wiele nowych możliwości, a sami

⁷ P. Stasiak: *Jak się zarabia na emigrantach. Londynek dla Londynu* [<http://www.polityka.pl/rynek/gospodarka/1515434,1,jak-sie-zarabia-na-emigrantach.read>] (dostęp: 27.12.2012)].

⁸ <http://www.posk.org/index.php/pl/organizacje/zjednoczenie-polskie-w-wielkiej-brytanii> (dostęp: 25.06.2013)].

⁹ ZK: *Polskie media i instytucje kulturalne w Londynie* (nie ma podanego autora tylko skrót oznaczający prawdopodobnie osobę, która przygotowała wykaz mediów) [<http://londyn.gazeta.pl/londyn/1,86654,4961905.html>] (dostęp: 25.06.2013)].

Brytyjczycy podchodzą do Polaków z życzliwością¹⁰. Członkowie emigracji polskiej są zadowoleni ze swojego statusu materialnego, choć czują się zdegradowani zawodowo. Ponadto tęsknią za polskimi produktami: chleb, wędliny, kiszzone ogórki, piwo itd. Zarabiają więcej niż rodacy w kraju, a jednocześnie wykazują większą skłonność do oszczędzania. „Najmocniejszym” polskim medium wydawanym za granicą jest prasa, choć powstają polskie stacje radiowe nadające w sieci i polskie portale internetowe. Ponadto Polacy korzystają z mediów emitowanych w kraju: prasy, radia odbieranego w sieci internetowej oraz polskiej telewizji dostępnej dzięki platformom cyfrowym przywożonym z Polski¹¹. Mimo tych wszystkich polskich elementów, które z całą pewnością minimalizują dokuczliwość rozłąki z krajem, wiele osób decyduje się na powrót do Polski ponieważ: tęskni za krajem, rodziną — 25%; chce kontynuować naukę w kraju — 20%; wygasa ich umowa o pracę — 18%; praca przestała się opłacać — 6%; koszty utrzymania są zbyt wysokie — 5%; dostało propozycję pracy w kraju — 1%¹².

W związku z tym, iż w centralnym punkcie zainteresowań postawiono portale, należałoby w kilku zdaniach przybliżyć świat sieci internetowej. „Net-generacja cały czas musi być online” i charakteryzuje się chęcią, możliwością oraz umiejętnością wykorzystywania w codziennym życiu najnowszych zdobyczy technologii. Użytkownicy sieci to zazwyczaj ludzie otwarci na świat, dobrze zarabiający, zatrudnieni w dynamicznie rozwijającej się gałęzi gospodarki związanej z wiedzą¹³. Doskonała charakterystyka, która w zaledwie dwóch zdaniach oddaje obraz współczesnych użytkowników sieci. Wraz z kolejnymi etapami rozwoju Internetu pokolenia uczyły się poruszania się w sieci, później rozwijały umiejętności wykorzystywania coraz większych możliwości łączy internetowych, a najnowsze pokolenia „rodzą się z myszką w rękę”. Analiza motywacji i profilu psychologicznego pozwala na sklasyfikowanie użytkowników Internetu w trzech kategoriach:

— OBSERWATORZY, czyli osoby o najkrótszym stażu, które odkryły możliwość odnowienia kontaktów z czasów szkolnych dzięki Naszej Klasie lub korzystające z telefonii internetowej (Skype) w celu utrzymania kon-

¹⁰ J. Fomina (Instytut Spraw Publicznych): *Światy równoległe — wizerunek własny Polaków w Wielkiej Brytanii*. Warszawa 2009, s. 28—30.

¹¹ M. Mitchell: *Polscy emigranci — zadowoleni choć zdegradowani* [<http://www.polo.niainfo.dk/aktualnosc/170-polscy-emigranci-zadowoleni-chodegradowani> (dostęp: 13.06.2013)].

¹² Cyt. za: M. Piątkowska: *Emigracja nam spowszedniała* [http://gazetapraca.pl/gazeta-praca/1,67527,10600924,Emigracja_nam_spowszedniała.html (dostęp: 13.06.2013)].

¹³ P. Stasiak: *Fanatyki internetu to świetni klienci. Zapłatani w sieci* [<http://www.polietyka.pl/rynek/gospodarka/283360,1,fanatyki-internetu-to-swietni-klienci.read> (dostęp: 27.12.2012)].

taktu z rodziną czy znajomymi za granicą. Sieć traktują nieufnie i przenoszą do niej doświadczenia z prawdziwego życia.

- KONSUMENTY to aktywni użytkownicy sieci wyszukujący informacji i usług. Internet jest podstawowym medium organizującym życie i podtrzymującym relacje.
- TWÓRCY to „elita internetu”, której sieć nie tylko dostarcza informacji i usług, ale dla której także jest przestrzenią do wyrażenia samego siebie (fora dyskusyjne, blogi, publikacja swoich filmów, zdjęć), obdarzoną dużym zaufaniem użytkowników¹⁴.

W Wielkiej Brytanii 66% społeczeństwa korzysta z Internetu intensywnie (codziennie lub prawie codziennie), regularnie zaś 80% (co najmniej raz w tygodniu). Natomiast w Polsce te wskaźniki wynoszą odpowiednio 42% i 55%. Według danych z 2010 roku najliczniejsza grupa, bo aż 55%, wykorzystuje Internet do komunikowania się, 39% — do wyszukiwania informacji o produktach, 35% — do szkolenia i kształcenia, 25% korzysta tą drogą z usług bankowych, a 25% z Internetu czerpie informacje o zdrowiu, 22% internautów słucha radia ogląda telewizję, 22% gra w gry i pobiera pliki z muzyką czy filmami, 17% śledzi serwisy podróżnicze, 17% pobiera programy komputerowe, dla 17% korzystanie z sieci to czytanie, pobieranie plików z zawartością gazet, czasopism, dla 10% korzystających to szukanie pracy, wysyłanie ofert pracy, a dla 8% — sprzedaż towarów i usług¹⁵. Badania NetTrack realizowane przez MilwardBrown SMG/KRC w okresie od sierpnia do października 2012 roku wykazały, że 56,7% Polaków to internauci. W ciągu roku liczba użytkowników wzrosła o około 450 tys. Kim jest polski internauta? To mężczyzna lub kobieta, w większości w wieku do 39 lat, z wykształceniem średnim lub wyższym zgodnie z wynikami badań struktury demospołecznej w tym zakresie¹⁶.

Internauci spędzają przeciętnie online 12 godzin w tygodniu, czyli niepełna 2 godziny dziennie. Prawie wszyscy łączą się z siecią w domu (93%), niemal połowa korzysta z Internetu w szkole lub w pracy (45%). Bardzo niewielka grupa (2%) korzysta z sieci w kawiarence internetowej. Rośnie liczba użytkowników sieci bezprzewodowej i w 2012 roku wynosiła już 64% społeczności łączącej się za pośrednictwem laptopów, telefonów komórkowych, netbooków czy tabletów. Coraz chętniej internauci (72%) robią zakupy w sieci, z czego najczęściej sięgają po odzież i obuwie, dalej sprzęt elektroniczny, artykuły motoryzacyjne, dziecięce, książki, sprzęt sportowy i kos-

¹⁴ E. Bendyk: *Raport: Internet w Polsce AD 2009 Większa połowa* [<http://www.polityka.pl/rynek/gospodarka/285853,1,raport-internet-w-polsce-ad-2009.read> (dostęp: 27.12.2012)].

¹⁵ Ministerstwo Administracji Cyfryzacji. *Departament Społeczeństwa informacyjnego. Społeczeństwo Informacyjne w Liczbach*. Red. V. Szymanek. Warszawa 2012.

¹⁶ [<http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/450-tys-polskich-internautow-wiecej-niz-przed-rokiem-58-proc-z-5-letnim-stazem#> (dostęp: 13.06.2013)].

metyki. Około 60% obsługuje swoje konto bankowe przez Internet. Około 1/5 internautów (33%) pobiera z sieci darmowe programy, muzykę i filmy. Prasę w Internecie czyta 60% użytkowników, 31% słucha radia online, a 37% ogląda w sieci materiały wideo, filmy, seriale i telewizję. Użytkownicy zamieszczający w sieci zrobione przez siebie zdjęcia lub filmy stanowią 18%. Prawie 1/3 (29%) internautów czyta bloga, a około 5% deklaruje prowadzenie bloga lub własnej strony internetowej. Przeprowadzone badania wykazały, że 47% użytkowników porozumiewa się przez komunikatory tekstowe, a około 25% internautów deklaruowało aktywność na forach. Mniej osób gra w gry online (14%). Blisko 33% dorosłych Polaków jest zarejestrowanych na portalach społecznościowych, na których 62% deklaruje aktywność¹⁷.

Wnioski nasuwają się same: stajemy się coraz bardziej wszechstronni w zakresie korzystania z możliwości, jakie daje rozwijająca się technologia, i coraz chętniej z niej korzystamy (55%). Prawie 96% użytkowników kontaktuje się za pośrednictwem poczty elektronicznej, większość potrafi korzystać z przeglądarki, a 92% posługuje się wyszukiwarką. Osoby z większym doświadczeniem w odniesieniu do Internetu spędzają więcej godzin w sieci. Internauci to osoby prowadzące aktywniejsze życie kulturalne i mające więcej relacji społecznych niż osoby niekorzystające z dostępu do sieci¹⁸.

Aktualnie aktywność użytkowników sieci weszła w nową fazę, ponieważ przyjmują oni rolę „wrederów”, co stanowi kompilację słów „writer” — piszący i „reader” — czytający, a tym samym niweluje się podział na odbiorcę i nadawcę. Taki stan rzeczy jest charakterystyczny dla sieci rozwiniętej do etapu Web 2.0.¹⁹ Marc Prensky na określenie użytkowników sieci internetowej używa dwóch terminów: „cyfrowi tubylcy” i „cyfrowi imigranci”. Pierwsza grupa obejmuje osoby urodzone po 1983 roku, które dorastały w świecie nowych technologii, dlatego nowe media to dla nich stały integralny element świata. Język Internetu jest dla nich prosty, długi tekst w książce zaś sprawia im wiele trudności, gdyż wolą dźwięk i obraz. Bardzo chętnie korzystają z osiągnięć techniki. Grupa cyfrowych imigrantów nie ma problemu z tekstem pisanym, trudność z kolei sprawia jej nauka języka Internetu, do którego poznania niejako zmusza ją rozwój cywilizacyjny²⁰.

¹⁷ *Korzystanie z Internetu*. CBOS Komunikat z badań. Warszawa 2012, BS/81/2012.

¹⁸ D. Batorski: *Korzystanie z technologii informacyjno-komunikacyjnych. Diagnoza Społeczna 2011 Warunki i jakość życia Polaków — Raport*. “Contemporary Economics” 2011, Vol. 5 (3), Special issue: *Social Diagnosis 2011. Objective and Subjective Quality of Life in Poland (Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków*, ed. by J. Czapiński and T. Panek), s. 299—327

¹⁹ Cyt. za. M. Szpunar: *Nowe media a paradygmat kultury uczestnictwa* [http://www.magdalenaszpunar.com/_publikacje/2010/uczestnictwo.pdf] (dostęp: 13.06.2013)].

²⁰ Cyt. za. M. Szpunar: *Otwartość, partnerstwo i wspólnota zasobów jako determinanty świata wikinonii* [http://www.magdalenaszpunar.com/_publikacje/2010/wikinomia.pdf] (dostęp: 13.06.2013)].

Internet umożliwia jednocześnie komunikację porozumiewawczą (*one-to-one*), rozsiewczą (*one-to-many*) i powszechną (*many-to-many*), dlatego sieć elektroniczna oraz telefon komórkowy zaliczane są do metamediów łączących w sobie właściwości komunikowania interpersonalnego, masowego, publicznego i prywatnego²¹. Przestrzeń Internetu dzieli się na następujące rodzaje:

- przestrzeń wymiany — najpopularniejszym elementem jest przestrzeń wymiany informacji, gdzie jednostki służą sobie radą i pomocą, ale istnieje także ciemna strona zjawiska, jaką jest zamieszczanie informacji szkodliwych dla danej osoby;
- przestrzeń władzy — strony internetowe administracji rządowej i samorządowej, strony konkretnych polityków i partii politycznych stanowiące linię komunikacyjną w kontaktach z potencjalnymi wyborcami;
- przestrzeń produkcji — to obszar, w którym istnieją firmy internetowe;
- przestrzeń symboliczna — strony internetowe instytucji religijnych oraz obszar, z którym identyfikują się tak zwani wirtualni mieszkańcy (*netizeni*), którzy tworzą serwisy społecznościowe;
- przestrzeń konsumpcji — sfera, dzięki której jednostki mogą zagospodarować swój wolny czas oraz dokonać wielu transakcji (kupno, sprzedaż, wynajem, wypożyczenie itd.)²².

Imigranci bywają określanymi mianem nomadów XXI wieku, a naukowcy wieszczą, iż czekają nas ruchy migracyjne na niespotykaną dotąd skalę. Ponadto obserwuje się stały rozwój nowych technologii, które dla większości młodych ludzi są codziennością, pozostałych rozwój cywilizacyjny zmusza do ich poznania. Można zakładać, iż świat polskiej emigracji będzie się przeobrażał za sprawą zmieniających się warunków politycznych, gospodarczych, społecznych, kulturowych oraz pod wpływem rozwoju i przemian nowych form komunikacyjnych.

Krajobraz polskich portali internetowych w Wielkiej Brytanii

Polacy przebywający w Wielkiej Brytanii tworzą liczną grupę imigrantów, która jest społecznością doskonale zorganizowaną, widoczną także w sieci internetowej. Wiele portali powstało z myślą o rodakach przebywających na Wyspach, w celu ułatwienia im egzystencji w nowych warunkach.

²¹ Cyt. za: S. Juszczyk: *Internet — współczesne medium komunikacji społecznej* [<http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2011/referaty2011/juszczyk.pdf>] (dostęp: 13.06.2013).

²² M. Szpunar: *Przestrzeń Internetu — nowy wymiar przestrzeni społecznej* [http://www.magdalenaszpunar.com/_publikacje/2008/przestrzen_internetu.pdf] (dostęp: 13.06.2013).

Doskonałym przykładem będzie historia Janusza Dubanika, Polaka przebywającego w Wielkiej Brytanii od kilku lat, który stworzył portal www.londynek.net, decydując się na ten krok z bardzo praktycznych powodów. Widział, jak Polacy pokonują duże odległości, aby stanąć przed „ścianą płaczu”, gdzie wywieszane są ogłoszenia o pracy czy mieszkaniu, co w dobie Internetu wydawało mu się, delikatnie mówiąc, uciążliwe. Tak doszło do „narodzin” jednej z największych stron internetowych skierowanych do polskiej społeczności w Wielkiej Brytanii. Użytkownicy tego portalu zamieszkują około 700 różnych miejscowości. Stronę odwiedza miesięcznie około 250 tys. osób szukających zatrudnienia, lokalu, wykonawców usług czy nawet towarzyskich anonsów²³.

W sieci można znaleźć bardzo dużo portali internetowych przeznaczonych dla Polaków przebywających w Wielkiej Brytanii. Na potrzeby niniejszego artykułu podzielono je na dwie robocze grupy. Pierwszą kategorię stanowią portale horyzontalne, charakteryzujące się szerokim zakresem informacji, gdyż ich celem jest osiągnięcie jak największej liczby odsłon zamieszczanych tam reklam, co stanowi dla nich źródło zarobku. Z kolei portale tematyczne, czyli grupa druga, określane także jako wortale, skoncentrowane są wokół jednego sprecyzowanego zagadnienia i w zasadzie tylko je opisują.

W grupie analizowanych portali twórcy portali horyzontalnych zwykle już w samej nazwie (np. portal internetowy „Polacy w UK”) lub w adresie internetowym (np. www.superpolonia.net) sytuują odniesienie do Polski, Polaków czy polskości. Ponadto znaki graficzne portali zawierają bardzo często typowo polski element, na przykład polska flaga lub wskazanie w nazwie, że jest to portal stworzony z myślą o Polakach.



Rys. 1. Przykłady znaków graficznych polskich portali o charakterze horyzontalnym w Wielkiej Brytanii

Źródło: Strony internetowe portali

²³ P. Stasiak: *Jak się zarabia na emigrantach...*

Można również wyszczególnić portale, w których zastosowano pewną kompilację elementów polskich i brytyjskich zarówno w zakresie grafiki, jak i w nazwie portalu.

Patrząc na portale pod kątem zawartości merytorycznej, można stwierdzić, że mają one wiele punktów zbieżnych, gdyż ich budowa w zasadzie niewiele się różni. Analizie poddano następujące portale horyzontalne: MojaBrytania.pl Społeczność Polaków w UK (www.mojabrytania.pl), Polacy w UK (www.polacywuk.pl), GBritain.net The Polish Community in Great Britain, czyli Portal Internetowy dla Polaków w Wielkiej Brytanii (www.gbritain.net), POLEMI.co.uk (www.polemi.co.uk), Ty na Wyspach Polska Chata (www.polskachata.co.uk), Polish Planet Polish Community in the UK (www.polishplanet.com), Moja Wyspa Polska Strona Wielkiej Brytanii (www.mojawyspa.co.uk), Stachoo! Portal dla Polaków w Wielkiej Brytanii (www.stachoo.pl), emitonet Polski Portal w Wielkiej Brytanii (www.emitonet.net), ThePoles (www.thepoles.eu), Nasze Wyspy. Polacy w UK, Anglii, Szkocji, Walii i Irlandii (www.naszewyspy.co.uk). Wymienione portale, już w nazwie określają swoją grupę docelową, czyli Polaków w Wielkiej Brytanii. Dwa adresy internetowe portali Stachoo! i emitonet dopiero po wejściu na stronę w rozwinięciu mają odniesienie do polskich emigrantów, czego nie uwidacznia sam adres www. Większość wskazanych portali oznaczono domeną funkcjonalną [co.], która jest brytyjskim odpowiednikiem domeny firm komercyjnych oznaczanych powszechnie domeną [com.] charakterystyczną dla Stanów Zjednoczonych. Ponadto użyto skrótu [uk.] wskazującego na domenę przypisaną do stron internetowych Wielkiej Brytanii. Portale powstają i zmieniają się w zasadzie cały czas, chociaż większość istnieje od kilku lat, na przykład GBritain.net The Polish Community in Great Britain lub Stachoo! od 2004 roku, Polska Chata, emitonet — od 2005 roku, ThePoles — od 2007 roku, POLEMI — od 2011 roku.

Analiza treści portali umożliwia dokonanie pewnych uogólnień oraz wskazanie elementów charakterystycznych dla polskich portali horyzontalnych przeznaczonych dla Polaków przebywających w Wielkiej Brytanii:

- W badanej grupie na części portali przedstawiono bogatą ofertę informacyjną, gdzie zamieszczane są wiadomości na temat aktualnych wydarzeń na Wyspach i w Polsce (np. Moja Wyspa lub POLEMI). Natomiast niektóre portale segment informacyjny mają w znacznym zakresie okrojony na rzecz eksponowania innych elementów serwisu, na przykład Polish Planet bardzo wyraziście eksponuje możliwości nawiązania znajomości za jego pośrednictwem.
- Portale kreowane są co najmniej w dwóch wersjach językowych — polskiej i angielskiej.
- Zdecydowana większość portali dysponuje wyszukiwarką oraz ma możliwość zalogowania się do serwisu.

- Istotnym i powszechnie występującym elementem są różnego rodzaju ogłoszenia podzielone na kategorie, na przykład w The Poles wyodrębniono następujące grupy: edukacja, motoryzacja, społeczność, firmy i usługi, nieruchomości, towarzyskie, kupię/sprzedam, praca.
- Celem integrowania Polaków przebywających na Wyspach oraz z myślą o stworzeniu wirtualnego miejsca wymiany doświadczeń dla imigrantów praktycznie każdy portal „wyposażono” w forum czy chat (np. GBritain.net The Polish Community in Great Britain lub Stachoo!). Ponadto tworzone są różne grupy tematycznie, jak w przypadku portalu Moja Wyspa. Istnieje także możliwość odszukania znajomych (np. Polacy.co.uk) lub osób o podobnych zainteresowaniach (np. Polish Planet).
- Właściciele portali umożliwiają zamieszczanie komercyjnych ogłoszeń reklamowych głównie o charakterze użytecznym, na przykład tanie przeloty do kraju czy korzystne warunki wysłania paczki do Polski.
- Niektóre portale stwarzają warunki do skorzystania z internetowego tłumacza, na przykład Moja Brytania lub GBritain.net The Polish Community in Great Britain.
- Internauta może zaplanować swój wolny czas, nie wychodząc z domu, gdyż serwisy mają zakładki, w których prezentują program imprez na najbliższy czas, na przykład zakładka Rozrywka w UK na portalu Stachoo!
- Istotnym i użytecznym składnikiem portali jest poradnik lokowany między innymi w serwisie Polska Chata, Moja Wyspa, emito.net czy POLEMI. Funkcjonalna, rozbudowana nawigacja poradników pozwala w sposób „na skróty” wybrać odpowiednią kategorię, w której zamieszczono wskazówki w takich grupach tematycznych, jak praca, finanse, dziecko, zdrowie, transport itd.
- Promocja turystyczna wielu ciekawych miejsc za pośrednictwem portali internetowych, na przykład The Poles, Nasze Wyspy, POLEMI, to kolejna ważna odsłona serwisów. Potencjalny turysta ma możliwość skorzystania z katalogu, który systematyzuje proponowane atrakcje według miejsca lub rodzaju, dzieląc je na zamki, jeziora, parki, muzea itd.
- Kwestie finansowe są także szeroko omawiane przez analizowane portale, przykładowo Stachoo!, POLEMI, Moja Brytania, gdzie można odnaleźć kursy walut, informacje dotyczące podatków czy inwestycji itd.
- Niektóre portale prowadzą zakładkę prezentującą ciekawe artykuły z prasy polonijnej, między innymi GBritain.net The Polish Community in Great Britain lub Moja Wyspa.

Należy podkreślić, iż prezentowany katalog portali oraz pewne uogólnienia odnośnie do ich cech nie stanowią zamkniętego zbioru, ponieważ wciąż powstają nowe portale, a istniejące stale ewoluują.

W grupie portali horyzontalnych występują również takie, które w nazwie mają odniesienie do stolicy Wielkiej Brytanii, ale tak naprawdę ich tematyka

nie ogranicza się do Londynu, lecz dotyczy wszystkiego, co może zainteresować Polaków przebywających na Wyspach. Na rysunku 2 zaprezentowano znaki graficzne wskazanych serwisów oraz podano adresy stron internetowych, w celu ukazania sygnalizowanych odniesień do Londynu.



Rys. 2. Znaki graficzne portali horyzontalnych, które w nazwie mają odniesienie do stolicy Wielkiej Brytanii

Zródło: Strony internetowe wymienionych portali

Najstarszym z wymienionych trzech portali jest serwis Londynek.net, który powstał w 2002 roku. Jak podano na stronie, portal może się pochwalić ponad 10 mln odsłon każdego miesiąca, a w celu uwiarygodnienia pomiaru liczby odwiedzin wykorzystuje Google Analytics. Portal elondyn.co.uk wchodzi w skład grupy medialnej 4YOUK, do której należą także „Cooltura” — Polish Weekly Magazine i Polish Radio Londyn. Wymienione serwisy są silnie rozbudowane, stanowią kompilację elementów zapewniających bieżącą informację o Polakach i sprawach dla nich istotnych, a także dostęp do konkretnych grup tematycznych. Każdy portal zawiera bazę ogłoszeń, podzielonych według kategorii, na przykład mieszkanie, praca, usługi, motoryzacja, towarzyskie oraz pod kątem miejscowości czy rejonów. Wspólnym elementem jest także zakładka „Wiadomości”, w której znajdują się bieżące informacje odnośnie do Polaków i życia na emigracji. Londynek.net oraz iLondyn.polacy.co.uk dysponują czytelnią zawierającą ciekawe, zróżnicowane tematycznie artykuły oraz kalendarium będące obszerną bazą proponowanych wydarzeń polonijnych na Wyspach Brytyjskich. Portal elondyn.co.uk w zakładce „Turystyka” proponuje atrakcyjne do odwiedzenia miejsca na Wyspach. Twórcy portali umożliwiają na forum wymianę poglądów oraz wzajemne udzielanie sobie porad przez użytkowników. Portale wyposażone są też w wyszukiwar-

ki. Pozwalają także na zamieszczanie w nich komercyjnych ogłoszeń reklamowych.

Kończąc rozważania dotyczące polskich portali o charakterze horyzontalnym w Wielkiej Brytanii, należy jeszcze wskazać na SuperPolonia.net, czyli portal informacyjno-rozrywkowy dla Polaków mieszkających na całym świecie, który powstał w 2011 roku i ma charakter globalny. Założyciele postawili sobie za cel zebranie, dla Polaków przebywających w różnych zakątkach świata, informacji w kilku kategoriach tematycznych: a) Polacy na świecie — stowarzyszenia i związki polonijne, sportowe, folklorystyczne, szkoły, biblioteki itd.; b) media polonijne — na przykład portale; c) ciekawostki polskie — ciekawe informacje odnośnie do Polski; d) podróże po świecie — zdjęcia i ciekawostki z całego świata; e) humor — polskie rysunki, anegdoty i dowcipy. Strona została stworzona w jedenastu wersjach językowych.

Drugą bardzo ważną grupę polskich portali w Wielkiej Brytanii stanowią portale tematyczne, które można pogrupować i sklasyfikować w kilku kategoriach:

- ogłoszeniowe (Strefa.co.uk Ogłoszenia online, Powiadom.co.uk Ogłoszenia UK Darmowe ogłoszenia i oferty dla Polaków w Anglii);
- randkowe (Portal randkowy dla samotnych w UK, Polish Hearts, Amorek.co.uk);
- kulturalne (thepolishconnection.co.uk — portal będący przewodnikiem kinowym);
- grupy zainteresowań i towarzystwa polonijne (Stowarzyszenie Polskich Psychologów lub Poland Street Stowarzyszenie Polaków w Wielkiej Brytanii; Zjednoczenie Polskie w Wielkiej Brytanii);
- rodzice i dzieci (Dzieciak.co.uk — Społeczność rodziców w UK);
- społecznościowe (Forum Mała Polska);
- inne (www.england.pl — bankowość, www.laif.co.uk lub polishnight.co.uk — rozrywkowy, www.ekupuj.co.uk — zakupy).

Pod względem liczebnym prym w grupie portali tematycznych wiodą portale ogłoszeniowe. Twórcy tego rodzaju serwisów nadali im różną formułę: portale specjalizujące się w określonym rodzaju ogłoszeń, na przykład w ogłoszeniach o pracę (www.greatpoland.co.uk), portale o bardziej ogólnej formule obejmujące zasięgiem cały obszar Wielkiej Brytanii i różne kategorie tematyczne ogłoszeń (Strefa.co.uk Ogłoszenia online) oraz portale z ogłoszeniami z konkretnego miasta czy rejonu również zróżnicowane pod względem przedmiotowym (np. www.miasto.co.uk, czyli Najnowsze ogłoszenia w Twoim mieście). Portale ogłoszeniowe skonstruowane są w podobny sposób, ponieważ wyodrębniono różne kategorie ogłoszeniowe, na przykład praca, usługi, wynajem, kupię/sprzedam, towarzyskie, transport, motoryzacja, nieruchomości, zwierzęta. Wewnętrzna wyszukiwarka umożliwia szybkie i łatwe dotarcie do poszukiwanych treści. Użytkownicy mają do wyboru



Rys. 3. Przykłady znaków graficznych polskich portali o charakterze tematycznym w Wielkiej Brytanii

Źródło: Strony internetowe wymienionych portali

portale bezpłatne, jak Londyniak.co.uk, oraz płatne, jak Polish Ads in UK. Serwis Strefa.co.uk — ogłoszenia online umożliwia użytkownikom zamieszczanie swoich ogłoszeń także w tygodnikach „Polish Express” i „Panorama” na konkurencyjnych warunkach. Na krótką wzmiankę zasługuje serwis Poloniusz — ogłoszenia dla Polaków za granicą, największy obecnie serwis WWW poświęcony pracy Polaków za granicą. Prezentuje tysiące aktualnych ogłoszeń dotyczących pracy, mieszkania, a nawet ogłoszenia drobne pogrupowane według państw. Stanowi źródło informacji dla osób wyjeżdżających i przebywających już poza granicami kraju.

Określenie „cybernetyczna swatka” — używane w nomenklaturze Ryszarda Tadeusiewicza na oznaczenie możliwości nawiązania znajomości wielu osobom, które nie miałyby takiej szansy w innych warunkach między innymi z powodu barier psychologicznych — doskonale oddaje nową funkcję i możliwość wykorzystania Internetu²⁴. Człowiek z natury jest istotą społeczną, więc jako forma sprostania ludzkiej potrzebie łączenia się w pary powstało wiele serwisów randkowych, w tym także takie z przeznaczeniem dla emigrantów z Polski. W zasadzie całą gamę tego rodzaju portali polskich w Wielkiej Brytanii można podzielić na dwa rodzaje: a) portale o zasięgu globalnym, gdzie logują się Polacy przebywający w różnych zakątkach

²⁴ D. Lewicka-Wojnarowicz: *Zubożenie i wzmacnianie ludzkiej przestrzeni komunikacyjnej przez przestrzeń cyfrową*. W: *Komputer — przyjaciel czy wróg?* Red. A. Szewczyk. Szczecin 2005, s. 154.

świata (np. PolishMatch darmowy portal randkowy i Polish Hearts); b) portale stworzone z myślą o Polakach przebywających w Wielkiej Brytanii (np. Portal randkowy dla samotnych w UK — www.polisheyes.com, PolishDating.co.uk — serwis randkowy dla Polaków w UK, Amorek.co.uk — serwis randkowy dla Polaków w Wielkiej Brytanii). Przegląd wskazanych portali pozwala na wyznaczenie pewnych cech wspólnych dla polskich portali randkowych w Wielkiej Brytanii:

- korzystanie z usług portalu wymaga ze strony potencjalnego użytkownika rejestracji;
- portale mają określone zasady rejestracji oraz tak zwaną politykę prywatności;
- serwisy dysponują wewnętrznymi wyszukiwarkami, gdzie można wskazać określone cechy pożądanej kandydatki czy pożądanego kandydata, takie jak: płeć, wiek, kraj, region, miasto lub dzielnica oraz wyszukiwanie tylko wśród profili z opublikowanym zdjęciem;
- analizowane portale istnieją od niedawna;
- z portali można korzystać bezpłatnie, koszty utrzymania pokrywają ogłoszenia reklamowe publikowane na stronie portalu;
- serwisy występują w co najmniej dwóch wersjach językowych — polskiej i angielskiej;
- ponadto w ramach portali randkowych internauta ma dostęp do takich elementów, jak czat, historie miłosne, top lista najciekawszych profili, filmy, zdjęcia czy muzyka, wysłanie wiadomości.

Możliwość stałego kontaktowania się z drugą osobą daje szansę na istnienie międzykontynentalnych przyjaźni to niewątpliwie plus Internetu, jednakże należy zauważyć także minus, czyli większą powierzchowność tak nawiązywanych relacji międzyludzkich. Trzeba pamiętać, iż życie nabrało niesamowitego tempa, a „krajobraz ponowoczesny charakteryzuje się migotaniem i pulsowaniem”²⁵, co może oznaczać ulotność i chwilowość wirtualnych powiązań.

Portale ogłoszeniowe i randkowe dominują w grupie portali tematycznych, do której należą także serwisy o charakterze kulturalnym, na przykład istniejący od 2007 roku thepolishconnection.co.uk, który w całości występuje w angielskiej wersji językowej i jest unikatowym internetowym przewodnikiem o polskim kinie. Wiele towarzystw, stowarzyszeń czy organizacji polonijnych prowadzi swoje portale internetowe, gdzie przede wszystkim koncentrują się na swojej statutowej działalności (np. Polscy motocykliści, Stowarzyszenie Polskich Psychologów, Zjednoczenie Polskie w Wielkiej Brytanii).

²⁵ *Nowe media, nowe kontakty. Ciągłe w zasięgu* [<http://www.polityka.pl/spoleczenstwo/artykuly/266765,1,nowe-media-nowe-kontakty.read> (dostęp: 27.12.2012)].

Z myślą o polskich rodzicach przebywających na Wyspach powstała w 2008 roku ciekawa inicjatywa — serwis informacyjno-społecznościowy rodziców w Wielkiej Brytanii, czyli portal Dzieciak.co.uk — Społeczność rodziców w UK. Użytkownicy mogą pozyskać informacje na temat ciąży i porodu, opcji opieki, edukacji, zasiłków, pracy, zdrowia, zabawy i nauki, podróży oraz odnaleźć adresy ważnych instytucji. Ponadto jest szansa wypowiedzenia się na forum, wzięcia udziału w konkursie lub pochwalenia się zdjęciem swojej „pociechy”. Polscy emigranci mają do dyspozycji wiele różnych serwisów internetowych, które nie zostały tutaj szczegółowo opisane, gdyż wskazano na najczęściej występujące rodzaje portali. Należy jednak wspomnieć o portalach bankowych proponujących bezpłatne transfery pieniężne pomiędzy Polską i Wielką Brytanią (np. www.england.pl), o portalach rozrywkowych, jak www.laif.co.uk czy www.polishnight.co.uk, które informują oraz umożliwiają posłuchanie radia, o portalach aukcyjnych, na przykład www.ekupuj.co.uk, stanowiących swoistą wirtualną giełdę podzieloną na różnego rodzaju kategorie przedmiotowe.

Poza wskazanymi grupami analizowanych portali istnieje także bogaty wachlarz portali konkretnego brytyjskiego miasta (np. Manchester, Doncaster), hrabstwa (np. Yorkshire, Devon, Kent), regionu (np. North East) lub części składowych Zjednoczonego Królestwa Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej, jak Walia czy Szkocja.



Rys. 4. Przykłady znaków graficznych polskich portali w brytyjskich miastach, hrabstwach lub regionach

Źródło: Strony internetowe portali.

Zaprezentowane na rys. 4 znaki graficzne wskazują na pewien trend polegający na zamieszczaniu nazwy i symboliki danego miasta czy rejonu oraz odwołaniu do elementów polskich, na przykład biało-czerwona flaga. „Narodziny” tej grupy portali przypadają na okres po roku 2000. Generalnie rzecz biorąc, omawiana grupa serwisów koncentruje się na życiu konkretnej lokalnej wspólnoty, której Polacy poprzez emigrację stają się pewną częścią. W nazwach wielu portali znajduje się odniesienie do adresata, czyli polskiej Polonii, na przykład Polski Wymiar Melton Mowbray, Polonia w Devon,

Northampton. Serwis polonijny, Szkocja1net Polska społeczność internetowa w Szkocji. Serwisy mają przede wszystkim charakter informacyjny, przykładowo Portal ludzi z Manchesteru (www.manchester4u.pl), Portal dla Polonii w Yorku (www.york24.pl), Serwis informacyjny o Londynie (www.londyn.webd.pl). Użytkownik sieci może pozyskać informacje użyteczne każdego dnia z różnych dziedzin, na przykład komunikacja, książka adresowa, porady, praca, mieszkanie (np. Portal informacyjny dla Polaków w Exeter — www.exeter.pl) oraz treści zupełnie innej kategorii, jak wiadomości ze świata, atrakcje turystyczne (www.southampton.info.pl) czy elementy historii regionu. Niektórym serwisom nadano kształt swoistego miejscowego forum, przykładowo Lancs.pl Forum mieszkańców Lancashire, inne koncentrują się na działaniach ogłoszeniowych, jak MojeCoventry.pl. czy Portal Nasz Londyn Praca Rodzina. Podsumowując, można stwierdzić, że portale tego rodzaju mają podobną budowę jak portale horyzontalne, gdyż w zasadzie dostarczają informacji z różnych pól czy kategorii mogących zainteresować potencjalnego użytkownika, z tym, że dotyczą konkretnego miasta, rejonu, dzielnicy czy hrabstwa Wielkiej Brytanii.

„Funkcja Internetu jako gigantycznej, całkowicie demokratycznej encyklopedii wiedzy globalnego ludu, ale też jako medium najszybciej przekazyującego i pozyskującego informację jest nie do przecenienia”²⁶. Zacytowane słowa będą doskonałym podsumowaniem rozważań dotyczących polskich portali internetowych w Wielkiej Brytanii. Można stwierdzić, że twórcy serwisów doceniając możliwości komunikacyjne łączy internetowych oraz wychodząc naprzeciw potrzebom polskich emigrantów, nie tylko prowadzą i rozwijają istniejące już portale, ale stale tworzą nowe. Dlatego można założyć, iż bogaty katalog portali skierowanych do polskiej Polonii w Wielkiej Brytanii będzie się wzbogacał o nowe serwisy, a istniejące będą się przekształcać celem dostosowania do potrzeb swoich użytkowników.

Analiza badań ankietowych

W styczniu 2013 roku przeprowadzono badania ankietowe z wykorzystaniem kwestionariusza rozsyłanego drogą elektroniczną wśród 50 Polaków przebywających w Wielkiej Brytanii. Uzyskane odpowiedzi miały rzucić światło na zagadnienie kanałów komunikacji wykorzystywanych przez

²⁶ V. Krawczyk-Wasilewska: *Internet jako narzędzie komunikacji globalnej*. W: *Komunikowanie się w społeczeństwie wiedzy XXI wieku*. Red. N. Majchrzak, A. Zduńiak. Poznań 2011, s. 16.

polskich emigrantów nie tylko w codziennej egzystencji, ale także do kontaktu z bliskimi w kraju. Ankietowani to osoby przebywające w Wielkiej Brytanii od 5 miesięcy do 14 lat, przedstawiciele obu płci ze zróżnicowanym wykształceniem oraz miejscem pracy zawodowej. Najliczniejsza grupa uczestników badań to mieszkańcy Londynu — 29,4%. Dla niemal połowy wypełniających kwestionariusz (47%) emigracja to z założenia okres przejściowy, gdyż deklarują chęć powrotu do kraju.

Z całej grupy ankietowanych zdecydowana większość, bo aż 85,3%, interesuje się tym, co aktualnie dzieje się w Polsce. Badani, którzy znaleźli się w mniejszości, to zazwyczaj osoby, przebywające za granicą krótko (do 1,5 roku), deklarujące, że do kraju nie wrócą, w wieku od 28 do 35 lat, zarówno kobiety, jak i mężczyźni. Osoby zainteresowane bieżącą sytuacją w Polsce pozyskują informacje z różnych źródeł, co zaprezentowano w tabeli 2.

Tabela 2

Źródła pozyskiwania informacji o sytuacji w Polsce przez osoby zainteresowane wskazaną tematyką, przebywające w Wielkiej Brytanii

Źródło pozyskiwania informacji	Udział [%]
Internet (strony WWW)	27,1
Rozmowy telefoniczne z rodziną i znajomymi przebywającymi w Polsce	23,5
Portale społecznościowe (np. Nasza Klasa, Fecebook)	12,9
Telewizja	12,9
Rozmowy z innymi Polakami przebywającymi w Wielkiej Brytanii	8,2
Prasa	5,9
Poczta elektroniczna (maile)	3,5
Radio	2,4
Listy od rodziny i znajomych z Polski	1,2
Gadu-Gadu	1,2
Skype	1,2
Częste wizyty w Polsce	0,0
Inne	0,0

Źródło: Wyniki badań własnych

Zaprezentowane wyniki jednoznacznie ukazują olbrzymią popularność łączy internetowych jako drogi umożliwiającej bieżące śledzenie sytuacji w rodzinnym kraju. Strony WWW, Gadu-Gadu, skype, poczta elektroniczna, portale społecznościowe, czyli wszystko, co opiera się na Internecie, stanowi prawie 46% ogólnej puli źródeł pozyskiwania wiadomości z Polski wymienianej przez osoby interesujące się aktualnościami z ojczyzny.

Popularność portali społecznych wiąże się z głównymi powodami korzystania z nich: możliwością utrzymywania za ich pośrednictwem kontaktów (53%) oraz ciekawością (49%). Prawie 3/4 dorosłych internautów (74%) korzystając z profili społecznościowych odnowiło dawne znajomości, a 1/4 nawiązała nowe kontakty (27%)²⁷. Należy zwrócić uwagę na dużą popularność rozmów telefonicznych (23,5%) oraz telewizji (12,9%) jako źródeł informacji. Rozmowy z rodakami przebywającymi w Wielkiej Brytanii wykorzystuje około 8,2% ankietowanych. Komunikowanie bezpośrednio jest źródłem informacji dla osób przebywających na emigracji dłużej, czyli od 2 do 14 lat. Można założyć, iż mają one już wielu znajomych, środowisko polskich emigrantów nie jest im obce, stąd wskazany wynik. Jednocześnie większość z tych osób deklaruje chęć powrotu do Polski (71,4%).

W kolejnym pytaniu ankietowani, korzystający ze środków komunikacji masowej, dokładnie wskazywali na ich rodzaj, podając nazwę. Dominująca grupa określona ogólnie mianem sieci internetowej składała się z następujących elementów: Onet — 18,5 %; Wirtualna Polska — 14,8%; Londynek — 6,2%; Interia — 4,9%; Facebook — 2,5%; www.pudelek.pl — 1,2%; wadowice24.pl — 1,2%. Popularność trzech największych polskich portali internetowych: Onet, Wirtualna Polska i Interia nie ulega wątpliwości. W rankingu dosyć wysoko uplasował się portal Londynek przeznaczony dla Polaków przebywających w Wielkiej Brytanii. Ankietowani wymienili także Facebook oraz plotkarski portal Pudelek. Uczestnicy badań wskazali również internetowy serwis wolnemedi.net. istniejący od 2007 roku, który według informacji samych twórców jest alternatywną możliwością dla mediów masowej manipulacji i dezinformacji, ponadto stanowi kompilację różnych środków masowego przekazu: radia, prasy, telewizji i Internetu. Jedna osoba wymieniła serwis niezalezna.pl, którego hasłem reklamowym jest „My informujemy — oni kłamią”, a sama tematyka wskazuje na silnie prawicowy światopogląd i polityczny charakter redakcji.

Drugim środkiem masowej komunikacji, który służy jako źródło pozyskiwania informacji o bieżących wydarzeniach w Polsce jest telewizja i jej stacje: TVN — 6,2%; TVN 24 — 6,2%; telewizja publiczna — 6,2%; Polsat — 4,9%; Telewizja Kanon — 1,2%; Telewizja Trwam — 1,2%. Przy okazji prezentowanych wyników należy zwrócić uwagę na to, że niektórzy ankietowani wyraźnie wskazywali, iż korzystają z wymienionych stacji telewizyjnych za pośrednictwem łączy internetowych, zwłaszcza w odniesieniu do prywatnej telewizji TVN 24.

Uczestnicy badań korzystający z prasy wymieniają następujące tytuły: „Polish Express” — 4,9%; „Panorama” — 3,7%; „Przekrój” — 2,5%; „Cultura” — 1,2%; „Angora” — 0,2%; „Wprost” — 1,2%; „Newsweek” —

²⁷ *Spoleczności wirtualne*. CBOS Komunikat z badań. Warszawa 2010 BS/58/2010.

1,2%; „Focus” — 1,2%. Gazeta „Polish Express” powstała w październiku 2003 roku początkowo jako tygodnik, później miesięcznik, a od stycznia 2005 roku wróciła do pierwotnej formy tygodnika. Zasięgiem obejmuje całą Wielką Brytanię, osiąga nakład 60 tys. egzemplarzy i dostarcza informacji z Polski, Zjednoczonego Królestwa i całego świata. Twórcy tygodnika tak określili swoją misję: „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 2004”. Na drugim miejscu uplasował się polski tygodnik w Wielkiej Brytanii „Panorama” ukazujący się od sierpnia 2007 roku w nakładzie 40 tys. egzemplarzy, prezentujący najlepsze artykuły z prasy polskiej oraz wiadomości, sport, rozrywkę, plotki oraz zawierający dodatek dla dzieci „Panoramiś”. „Cooltura” to polski tygodnik wydawany w Wielkiej Brytanii od marca 2004 roku, osiągający nakład 55 tys. egzemplarzy, w którym można odnaleźć informacje z Londynu, Wielkiej Brytanii i Polski. Pozostałe z wymienionych tytułów to prasa polska wydawana w kraju. Wyniki badań pokazują, że ankietowani korzystają z internetowych wydań gazet, ponieważ niektórzy nie podają tytułu, ale adres strony internetowej (np. www.polityka.pl; wyborcza.pl). Można więc przypuszczać, że część ankietowanych korzysta z elektronicznych wydań prasy, co po raz kolejny podkreśla olbrzymią rolę sieci internetowej w procesie informowania. Wszystkie gazety wymienione przez ankietowanych ukazują się w wersji drukowanej oraz na stronie WWW.

Radio jako źródło pozyskiwania informacji wymieniły 2 osoby, z czego 1 wskazała III Program Polskiego Radia — „Trójkę”, a druga Radio ZET online. „Potęga” sieci internetowej w zakresie dostarczania informacji na temat aktualnych wydarzeń w Polsce rodakom przebywającym na Wyspach Brytyjskich, w świetle wyników badań, nie ulega wątpliwości. Ankietowani najczęściej wymienili Internet, a ponadto często z tradycyjnych mediów, jak prasa czy telewizja, również korzystają online.

Jakie informacje okazały się najbardziej poszukiwane przez osoby biorące udział w badaniu? Odpowiedź na to pytanie stała się kolejnym elementem przeprowadzonej analizy. Uzyskane wyniki dokładnie przedstawia tabela 3. Po podliczeniu odpowiedzi osób, które wypełniły kwestionariusz ankietowy, na pierwszym miejscu w grupie najbardziej poszukiwanych informacji znalazły się wydarzenia polityczne (10,6%). Na pozycji drugiej uplasowały się dwa tematy: sport i plotki (7,5%). Dostyc dużym zainteresowaniem cieszą się także kwestie związane z polityką cenową (6,9%), tak zwane kwestie mieszkaniowe (6,9%) oraz finanse (6,2%). W sumie te trzy wymienione zagadnienia wiążą się z problemem zaspokajania podstawowych potrzeb każdego człowieka. Ankietowanych nie interesuje komunikacja ani gospodarka komunalna.

Bardzo mało popularnym tematem okazały się religia i Kościół (1,2%) oraz rolnictwo (1,2%). 3,8% ankietowanych wykazuje silne powiązania z miejscem pochodzenia, gdyż mimo emigracji nadal wyraża zainteresowanie aktualną sytuacją gminy/miasta, w którym żyło przed wyjazdem do Wielkiej Brytanii.

Tabela 3

Stopień zainteresowania ankietowanych określoną tematyką

Rodzaj informacji	Udział %
Wydarzenia polityczne	10,6
Sport	7,5
Ciekawostki z życia znanych Polaków	5,0
Wydarzenia kulturalne	4,4
Rolnictwo	1,2
Bezpieczeństwo i kryminalność	1,9
Religia i Kościół	1,2
Sprawy obyczajowe	3,8
Reklamy i ogłoszenia	3,8
Pogoda	5,0
Rynek pracy	5,6
Codzienne życie gminy/miasta, w której(-ym) mieszkałem(-am) przed wyjazdem z kraju	3,8
Przemysł	2,5
Oświata i wychowanie	5,6
Finanse	6,2
Ochrona środowiska	2,5
Handel i usługi	3,1
Tematyka związana z ochroną zdrowia	5,0
Kwestie mieszkaniowe	6,9
Plotki	7,5
Komunikacja i gospodarka komunalna	0,0
Polityka cenowa	6,9
Inne (proszę wpisać, jakie)	0,0

Źródło: Analiza własna na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych

Ranking najpopularniejszych portali internetowych w świetle przeprowadzonych badań ankietowych wygląda następująco: Facebook — 19,5%; Wirtualna Polska — 15,8%; Onet — 9,7%; Yahoo — 7,3%; Londynek — 4,9%; Interia — 3,6%; Google — 3,6%; Allegro — 2,4%; Ebay — 2,4%.

Portal społecznościowy Facebook prowadzi w grupie najpopularniejszych portali internetowych. Drugi ze znanych portali społecznościowych, czyli Nasza Klasa, został wskazany przez 2,4% ankietowanych. Dalej plasują się dwa portale informacyjne, czyli Wirtualna Polska i Onet, oraz ich amerykański pobratymiec występujący w wielu wersjach językowych, czyli Yahoo. Ankietowani wymieniali także portale umożliwiające zakupy przez Internet, czyli Allegro, oraz angielski odpowiednik Ebay. Osoby przebywające na emigracji od dłuższego czasu do poszukiwania informacji codziennie użytecznych w dużym stopniu wykorzystują angielskie strony internetowe, na przykład Amazon — początkowo wyłącznie księgarnia internetowa, aktualnie stale poszerzająca asortyment o nowe produkty; strona BBC z informacjami pogodowymi; www.lloydstsb.com z informacjami z dziedziny bankowości internetowej; netflix — portal filmowy; The Sartorialist — portal dla kobiet; www.bodyrock.tv — gimanstyka ciała; blog dead fleurette lub portal Into The Gloss lub Lisa Eldridge Make Up — moda, wizaż; strony internetowe linii lotniczych, na przykład British Airways — zakup biletów lotniczych. Z kolei osoby, które wyemigrowały niedawno, chętniej korzystają z polskich portali internetowych.

Jedno z pytań postawionych ankietowanym brzmiało: Gdzie najczęściej korzysta Pan(-i) z łączy internetowych? Ponad połowa badanych odpowiedziała, że używa Internetu w mieszkaniu — 52,5%. Społeczeństwo staje się coraz bardziej mobilne, chętnie korzysta z osiągnięć techniki i ma potrzebę stałego dostępu do informacji. Być może również dlatego coraz więcej osób korzysta z łączy internetowych z użyciem telefonów komórkowych (23,7% badanych). Ankietowani korzystają także z sieci internetowej w pracy (15,2%) oraz w szkole czy na uczelni (3,4%). Pojedyncze osoby wskazały, że dostęp do Internetu mają w kafejce internetowej, bibliotece lub u znajomych.

Przewodnim tematem artykułu są polskie portale internetowe w Wielkiej Brytanii. Dlatego w dalszej części ankiety sprawdzano znajomość wskazanych portali wśród osób uczestniczących w badaniach. Ponad połowa (55,9%) ankietowanych odpowiedziała, że zna portal internetowy przeznaczony dla Polaków przebywających w Wielkiej Brytanii. W grupie tego rodzaju portali uczestnicy badań najczęściej wymieniali następujące: londynek.net — 27,8%; mojawyspa — 19,4%; Poloniusz — 8,3%; emito.net — 5,5%; elondyn.co.uk — 5,5%; polacy.co.uk — 5,5%. Ponadto pojawiały się także inne wskazania podawane przez pojedyncze osoby: northampton; MojaBrytania.pl; POLEMI.co.uk; poloniabognor.tnb.pl; The Polish Observer; Polacy w Lincolnshire UK; Portal Polskiej Wspólnoty w East Midlands; MojeCoventry.pl; bristol24.pl&SouthWest.pl.

Śród osób korzystających z polskich portali internetowych w Wielkiej Brytanii największa grupa (38,9%) odwiedza wskazane strony codziennie, z kolei 22,2% rzadko, a 11,1% raz lub dwa razy w tygodniu. Informacje

poszukiwane na portalach internetowych przeznaczonych dla Polaków przebywających w Wielkiej Brytanii to przede wszystkim: ogłoszenia — 27,8%; praca — 19,4%; kursy walut — 8,3%; przepisy prawne — 8,3%. Wymieniony katalog pozwala wyrazić pogląd, że portale te dostarczają treści społecznie użytecznych, pomocnych w codziennej egzystencji. Niektórzy ankietowani wymieniali wśród poszukiwanych zagadnień także: informacje z kraju, sprawy społeczne, newsy, treści dotyczące mieszkań, informacje o urzędach, ważne adresy.

Co powoduje, że ankietowani poszukując informacji, korzystają z polskich portali internetowych tworzonych z myślą o potrzebach emigrantów? Uczestnicy badań wskazali na dostępność informacji zawsze w tym samym miejscu i o każdej porze dnia jako powód korzystania z badanych portali — 19%. Kolejna przesłanka to ciekawość — 14,3% oraz poszukiwanie pracy — 9,5%. Ponadto podkreślono pewne zalety portali, jak: powszechność, łatwość w znalezieniu pożądaných treści, aktualność, jakość komunikatów, przejrzystość, popularność.

„Komunikacja elektroniczna, będąc przedłużeniem naszych zmysłów, przeobraża społeczność ludzką w »globalną wioskę«, która przekracza granice geograficzne i stapia w jedno rozmaite ludy, umożliwiając im natychmiastowy przekaz wiadomości i wymianę doświadczeń”²⁸. Podsumowując rozważania na temat polskich portali internetowych na Wyspach Brytyjskich, można perspektywicznie stwierdzić, że ta gałąź systemu komunikacji rokuje dalszy dynamiczny rozwój. Serwisy umożliwiają prosty, szybki i tani dostęp do treści aktualnych oraz społecznie użytecznych. „Serfując” po sieci, polski emigrant dostaje „porcję” informacji z kraju oraz możliwość kontaktu z tymi, którzy w Polsce pozostali lub tak jak on „wędrują” po świecie.

²⁸ L.K. Grossman: *Republika elektroniczna*. W: *Władza i społeczeństwo 2. Antologia tekstów z zakresu socjologii polityki*. Red. J. Szczupaczyński. Warszawa 1998, s. 293.