



Niemiecy korespondenci zagraniczni w III RP i ich postrzeganie Polski

Niemiecy korespondenci w III RP – dane ogólne

Celem niniejszego artykułu jest prezentacja niemieckich prasowych korespondentów zagranicznych, piszących w Polsce i o Polsce, czyli istotnie wpływających na tworzenie wizerunku Polski w RFN po akcesji III RP do UE. Został on oparty o wyniki kwerend i analizy zawartości współczesnej niemieckiej prasy jakościowej oraz o dotychczasowe wyniki wybranych niemieckich badań prasoznawczych¹, badań dotyczących zarządzania informacją w relacjach media-polityka² oraz roli korespondenta zagranicznego we współczesnym świecie³. Podstawą analizy były także codzienne wydania ja-

¹ Por. A. Siemes, *Auslandskorrespondenten in Polen. Nachbarschaftsvermittler zwischen Rollenverständnis und Arbeitsrealität*, Bochum 2000; www.warschau.diplo.de/Vertretung/warschau/pl/01/Einrichtungen_PL/Korrespondenten_PL.html [odczyt dn. 7.07.2011]; T. Sikora, *Polskie media o Niemczech — raport*, www.niemcy-online.pl/kultura/424-polskie-media-o-niemczech-raport.html [odczyt dn. 6.07.2011]; <http://archiwum.polityka.pl/art/kibic-zdala,361791.html> [odczyt dn. 7.07.2011]; B. Cöllen, *Polskie i niemieckie media: ciągle wiele deficytów*, www.dw-world.de/dw/article/0,,15126703_page_3,00.html [odczyt z dn. 7.07.2011].

² Por. A. Szymańska, *Medialne fiasko zjednoczenia? Media opiniotwórcze w sytuacji przełomu politycznego na przykładzie niemieckiego zjednoczenia*, Kraków 2010, s. 25–41.

³ Por. K. Junghanns, T. Hanitzsch, *Deutsche Auslandskorrespondenten im Profil*, Medien & Kommunikationswissenschaft 2006, Jg. 54, Nr 3, s. 412–429; O. Hahn, J. Lönendonker, R. Schröder (Hg.), *Deutsche Auslandskorrespondenten. Ein Handbuch*, Frankfurt am Main 2008.

kościowych gazet ponadregionalnych FAZ, SZ, TAZ oraz tygodników opinio-
twórczych „Zeit”, „Spiegel”, „Focus” z lat 2004–2010. Analiza została podzie-
lona na trzy części. W pierwszej przedstawiono ogólne dane dotyczące roli
i działalności niemieckich korespondentów zagranicznych oraz rynku me-
dialnego w RFN. W drugiej części dokonano szczegółowej charakterystyki
wybranych korespondentów prasowych, a w trzeciej wyników ich pracy czy-
li wizerunku Polski przedstawianego przez nich na łamach prasy ponadre-
gionalnej po 2004 roku.

Urzędem nadzorczym sprawującym etyczną kontrolę nad działalnością
prasy w RFN jest Niemiecka Rada Prasowa (Deutscher Presserat) powołana
do życia w 1953 roku przez dziennikarzy jako przejaw samokontroli mediów
i jak piszą sami Niemcy, swoiste „moralne sumienie prasy”⁴. Koresponden-
ci zagraniczni w RFN, jak większość ich kolegów w globalnym systemie me-
diów liberalno-korporacyjnych, pozyskują informacje ze światowych agen-
cji informacyjnych i z prasy kraju, w którym pracują, oraz tworzą własną
sieć informatorów. Agencje prasowe należą dziś także do istotnych źródeł
informacji w wymiarze polityki zagranicznej. Multimedia przejęły w pew-
nym sensie tradycyjne aktywności korpusu dyplomatycznego i służb wywia-
dowczych, a więc zadania dyplomacji, tak dalece, że niektórzy badacze mó-
wią dziś o dyplomacji mediów⁵. Przez medialną tematyzację (*agenda setting*)
media zwracają uwagę na niektóre wydarzenia, a pomijają inne. Niżej po-
daję za norweskimi badaczami Johanem Galtungiem i Mari Holmboe Ruge
zestaw czynników antropologicznych i kulturowych decydujących o warto-
ści informacji medialnej⁶. Wśród tych pierwszych wymienia się częstotliwość
zgodną z rytmem wydawniczym, następnie intensywność (dostrzegalność),
ponadto przejrzystość i jednoznaczność, bliskość kulturową i ważność oraz
kompatybilność z oczekiwaniami odbiorców. W dalszej kolejności pojawiają
się: zaskoczenie, niespodzianka (ale w ramach istniejących oczekiwań), cią-

⁴ Jako organ samokontroli wydawców i dziennikarzy zajmuje się wykroczeniami
przeciwko obowiązkowi staranności i rzetelności oraz etyce dziennikarskiej, por. www.presserat.info.

⁵ W tym kontekście można wskazać na ponadnarodową płaszczyznę aktywności
mediów i tym samym polityków. Szerzej na ten temat w rozdziale pt. *Dyplomacja mediów*
w: A. Hess, A. Szymańska, *Pomost medialny. Rola mediów w międzynarodowej komunika-
cji politycznej na przykładzie relacji polsko-niemieckich*, Kraków 2009, s. 28–36; por. także
H. M. Kepplinger, *Ereignismanagement*, Zürich 1992, s. 31 oraz B. Ociepka, *Opinia publicz-
na, [w:] Teoria i praktyka propagandy*, red. B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka, Wro-
cław 1998, s. 78.

⁶ Podsumowanie ich badań zob. W. Schulz, *Die Konstruktion von Realität in den Nach-
richtenmedien*, München 1990, s. 15.

głość (kontynuacja tematykacji) i różnorodność (wariantowość). Do czynników kulturowych należą: odniesienie do elitarnych nacji, odniesienie do osób z elity, personalizacja i negatywizm⁷. Oczywiście nie tylko te kryteria wpływają na dobór informacji. Na ich ostateczny kształt mają wpływ przekazy agencji informacyjnych czy korespondentów zagranicznych (ich także obowiązują podobne czynniki selekcji i oni także narzucają w swoim serwisie zestaw tematyczny). Obserwujemy więc dominujący wpływ informacji agencyjnych i korespondencyjnych na treści informacji prasowych, szczególnie w wymiarze międzynarodowym⁸.

Jednak nie tylko aktorzy medialni, ale też aktorzy polityczni wykorzystują opisaną wyżej logikę działania mediów i dążą do korzystnej dla siebie mediatyzacji własnych działań politycznych przez medialną inscenizację wydarzeń⁹. Zarówno aktorzy medialni, jak i polityczni, stymulują wydarzenia, które mają dla nich wartość, przygotowując sztuczne relacje sztucznie wywołanych zdarzeń. Ten stan rzeczy jest pochodną zmiany funkcji mediów we współczesnych społeczeństwach informatycznych, które to media odeszły od roli kronikarskiej, obserwacyjnej, komentatorskiej i dokumentacyjnej charakterystycznej dla ery przedinformatycznej, by stać się źródłem inscenizacji wydarzeń¹⁰.

Pisząc artykuł o niemieckich korespondentach zagranicznych we współczesnej Polsce warto we wstępie odwołać się także krótko do stanu współczesnych niemieckich mediów. Niemiecki rynek mediów jest jednym z największych w skali światowej. Niemcy po USA są drugim na świecie co do wielkości rynkiem telewizyjnym. Posiadają m.in. 14 rozgłośni telewizji publicznej¹¹ o zasięgu ogólnokrajowym oraz ponad 200 lokalnych stacji telewizji komercyjnej. Niemiecki rynek prasowy jest natomiast największy w Europie i piąty co do wielkości na świecie za indyjskim, chińskim, japońskim i amerykańskim. Siedmiu na dziesięciu (czyli około 45 mln) Niemców w wieku powyżej 14 lat regularnie czyta prasę codzienną. Mogą oni wybierać spośród ponad 350 tytułów ukazujących się łącznie w ponad 20 milionach egzemplarzy¹². Niemcy są również ważnym rynkiem internetowym. W około

⁷ Ibidem, s. 16–20.

⁸ Por. L. M. Hagen, *Informationsqualität von Nachrichten*, Opladen 1995, s. 18–22.

⁹ Por. W. Schulz, *Politische Kommunikation*, Wiesbaden 2008, s. 324.

¹⁰ Por. H. M. Kepplinger, *Ereignismanagement*, Zürich 1992, s. 45.

¹¹ Największe z nich to: ARD (Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland) i ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen), które mogą być uznane za odpowiedniki kolejno TVP1 i TVP2.

¹² Więcej na ten temat zob. A. Pasquay, *Die deutsche Zeitungslandschaft — Ent-*

75 procentach niemieckich domów znajduje się komputer z dostępem do internetu¹³. Przeciętne niemieckie gospodarstwo domowe odbiera średnio ponad 40 programów telewizyjnych, a oglądalność jest bardzo wysoka. Przeciętny Niemiec ogląda telewizję 3 godziny 43 minuty dziennie (dane z 2010 roku). Ponad połowa tego czasu przypada na 5 dużych stacji telewizyjnych, a mianowicie ARD, ZDF, RTL, Sat1 i ProSieben. W roku 2010 nastąpił spadek popularności programów telewizji publicznej, na rzecz jeszcze większego wzrostu oglądalności prywatnej telewizji RTL, której udział w rynku z 12,4 procent w roku 2009 wzrósł do 13,6 w 2010 roku.¹⁴ Wracając do prasy należy podkreślić, że tytułów gazet codziennych o zasięgu ponadregionalnym jest ponad 10, a ich nakład to ok. 1,6 miliona egzemplarzy. Gazetą o największym nakładzie w Niemczech jest wpływowy tabloid „BILD” (wydawnictwo Axel Springer), sprzedający się w nakładzie dziennym ponad 3 mln egzemplarzy. Wśród dzienników opiniotwórczych o zasięgu ogólnokrajowym wiodącą pozycję na rynku mają „Süddeutsche Zeitung” z nakładem ok. 0,4 mln egzemplarzy, FAZ 0,35 mln egzemplarzy i „Die Welt” z nakładem 0,27 mln egzemplarzy. Dominującą pozycję na niemieckim rynku prasowym zajmuje jednak prasa lokalna, rozchodząca się w abonamencie i stanowiąca aż 70 procent całej prasy codziennej. Wśród tygodników i miesięczników wiodącą pozycję zajmuje na rynku Der Spiegel (1 milion egzemplarzy), tuż za nim „Stern” (0,9 mln egzemplarzy), a dalej „Focus” (0,6 mln egzemplarzy) i tygodnik „Die Zeit” (0,5 mln egzemplarzy)¹⁵.

Niemieccy korespondenci zagraniczni w Polsce mają siedziby przede wszystkim w Warszawie, co od razu determinuje źródła pozyskiwanych przez nich informacji. Z jednej strony jest to bardzo dobra baza do dziennikarskich wydarzeń, z drugiej jednak prowadzi do krytykowanej w Polsce centralizacji przekazu informacji. W Polsce pracuje obecnie jeden, wcześniej dwóch przedstawicieli niemieckich agencji prasowych, do niedawna Jacek Lepiarz dla DPA (następca Ewy Kravczyk), wcześniej wieloletni współpracownik PAP, oraz dziennikarz DAPD Ulrich Krökel, obaj w Warszawie¹⁶.

wicklungen und Perspektiven, www.bdzv.de/fileadmin/bdzv_hauptseite [odczyt z dn. 1.02.2011].

¹³ Dane pochodzą z informatora FWPN z 15.04.2011 FWPN — Fundacja Współpracy Polsko-Niemieckiej, patrz: http://www.dnmediow.org/c57,media_w_niemczech.html [odczyt z dn. 01.07.2011].

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ Więcej na ten temat zob. A. Jórasz, *Republika Federalna Mediów*, www.psz.pl/tekst-24745/Anna-Joras-Republika-Federalna-Mediow [odczyt z dn. 5.05.2011].

¹⁶ DPA, Deutsche Presseagentur, jest największą w RFN prasową agencją informa-

Trzej przedstawiciele telewizji to Ulrich Adrian i Ludger Kazmierczak z ARD oraz Armin Coerper z ZDF. Natomiast niemieckie radio reprezentują Michał Jaranowski i Barbara Cöllen z Deutsche Welle oraz Martin Sander z Deutschlandradio. Najliczniejsi są niemieccy korespondenci prasowi reprezentujący dzienniki ponadregionalne i tygodniki opinii (te osoby, w liczbie siedmiu są tu najbardziej interesujące) oraz prasę gospodarczą i turystyczną tudzież sferę blogów (także siedem osób). Jest to imponująca, jak na dzisiejsze warunki finansowe nawet tak dużych koncernów medialnych, jak niemieckie grupy Axel Springera czy WAZ, liczba — łącznie 14 oficjalnie zarejestrowanych przez niemieckie ambasady w III RP prasowych korespondentów zagranicznych¹⁷. Biorąc pod uwagę to, że wielkie światowe koncerny medialne masowo zamykają biura zagraniczne, szukając oszczędności, kondycja niemieckiej publicystyki jest relatywnie dobra. Korespondenci prasowi mają biura w Warszawie lub w jej najbliższych okolicach. Redakcja „Spiegla” zatrudnia Jana Puhla i Martę Solarz, „Süddeutsche Zeitung” Thomasa Urbana, „Frankfurter Allgemeine Zeitung” Konrada Schullera, „Welt” Gerharda Gnaucka, „Tageszeitung” Gabriele Lesser, a „Tagesspiegel” Paula Flückigera. Dziennikarze gospodarczy reprezentują „Handelsblatt” (Mathias Brüggemann), „VDI-Nachrichten” (Sebastian Becker), „Germany Trade & Invest” (Heiko Steinacher), „Ost-West-Contact”, „Germany Trade & Invest” (Beatrice Repetzki) oraz „WirtschaftsWoche” (Dirk Brauns). Wolnymi strzelcami są Jens Mattern i Mia Raben. Korespondenci mediów niemieckich podobnie jak dziennikarze prasy lokalnej i regionalnej odwołują się do swojego powołania zawodowego polegającego na rzetelnym i profesjonalnym wypełnianiu obowiązków kronikarskich i podkreślają swoją niezależność, ponadpartyjność i obiektywizm. W przypadku tytułów ponadregionalnych zauważa się jednak zgodne z nachyleniem politycznym tytułu preferencje tematyczne i styl narracji¹⁸.

Korespondenci mediów niemieckich są liczebnie — obok Francuzów, Brytyjczyków, Rosjan i Ukraińców — w ścisłej czołówce korpusu reporte-

cyjną i razem z AFP (Agence France Presse), Reuters i AP należy do najlepszych na świecie. Powstała w 1949 r. z połączenia trzech agencji zachodnich stref okupacyjnych. Publikuje serwisy informacyjne w językach angielskim, arabskim i francuskim. Więcej na ten temat zob. www.dpa.de. DAPD, Deutscher Auslands-Depechendienst, to agencja informacyjna powstała w 2010 r. w Berlinie z połączenia wcześniejszej agencji depeszowej i niemieckiej filii amerykańskiej Associated Press (AP).

¹⁷ Por. www.warschau.diplo.de/Vertretung/warschau/pl/01/Einrichtungen_PL/Korrespondenten_PL.html [odczyt z dn. 7.07.2011].

¹⁸ O. Jarren, P. Donges, *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, Wiesbaden 2002, s. 196.

rów zagranicznych w Polsce, gdzie są zaskakująco poważani, choć od czasu rządów Jarosława i Lecha Kaczyńskich także bardzo krytykowani. Przekonał się o tym na przykład Konrad Schuller, którego prof. Zdzisław Krasnodębski atakował za skrajnie negatywny stosunek do Polski, a radiomaryjny „Nasz Dziennik” zaliczył wraz z Gabrielle Lesser z TAZ i Thomasem Urbanem z SZ do najbardziej krytycznie nastawionych do Polski dziennikarzy niemieckich. Bardzo nieufny stosunek rządu braci Kaczyńskich¹⁹ do Niemiec był zresztą źródłem nieustającej inspiracji dla niemieckich korespondentów. Paradoksalnie dzięki nim brak zainteresowania Niemców Polską ustąpił wówczas rosnącej ciekawości wobec sąsiada.

Charakterystyka wybranych korespondentów prasowych

W poniższym fragmencie zostaną przybliżone sylwetki oficjalnie zarejestrowanych w III RP niemieckich korespondentów prasowych. Znaczne dysproporcje w wielkości i jakości ich biogramów wynikają z jednej strony z praktycznych przyczyn badawczych (brak publicznych informacji biograficznych), z drugiej zaś kilkoro z przedstawianych dziennikarzy to osoby początkujące, z niewielkim doświadczeniem i słabą reputacją w tym dość hermetycznym środowisku (choć ich pojawienie się tam świadczy także o jego pluralizacji). Po trzecie wreszcie jako freelancerzy — sami siebie tak nazywają — zaliczani są do grona pracowników medialnych, oferujących usługi informacyjne wielu producentom, niezwiązani z żadnym z nich etatowo. Z jednej strony gwarantuje im to większą niezależność, z drugiej zaś generowane przez nich treści można zaliczyć przede wszystkim do gatunku przekazu rozrywkowego czy bulwarowego. Korespondenci zostaną przedstawieni w porządku alfabetycznym.

Mathias Brüggmann pisze od 2007 r. w „Handelsblatt” o polityce międzynarodowej. Wcześniej był jego korespondentem zagranicznym w Moskwie. Od czasu kryzysu w Grecji głosi, że już najwyższy czas na zintegrowanie dynamicznych gospodarek Europy Środkowo-Wschodniej, skąd ma przyjść ratunek dla strefy euro²⁰.

¹⁹ Tak najczęściej w latach 2005–2007 była opisywana w niemieckich mediach polska władza wykonawcza w postaci koalicji rządowej PiS, Samoobrony i LPR na czele z premierem Jarosławem Kaczyńskim, prezydentem był wtedy Lech Kaczyński.

²⁰ Por. www.presseurop.eu/de/content/author/101811-mathias-brueggmann [odczyt z dn. 11.07.2011].

Barbara Cölln jest dziennikarką i wydawcą w niemieckim publicznym koncernie medialnym Deutsche Welle²¹, który na całym świecie zatrudnia dziennikarzy z kilkudziesięciu krajów relacjonujących w swoich narodowych językach wydarzenia w Niemczech, ale także prezentujących Niemcom wydarzenia na świecie. Taką rolę z polskiej perspektywy pełni niemiecka dziennikarka polskiego pochodzenia. Jest ona autorką obszernych analiz prezentujących Niemcom i Polakom sytuację w obu sąsiadujących krajach, cenioną przez niemieckie media komentatorką wydarzeń w Polsce.

Paul Flückiger urodził się w 1966 roku w Huddersfield w Wielkiej Brytanii. Od czerwca 2000 r. pracuje jako niezależny korespondent w Warszawie, opisywał wtedy wydarzenia w krajach Europy Środkowej i Wschodniej kandydujących do Unii Europejskiej. Zajmuje się przede wszystkim gospodarką, społeczeństwem i polityką, nie tylko w Polsce, ale także na Ukrainie, Białorusi i Mołdawii. Jego raporty dotyczą przemytników papierosów i band złodziei samochodowych, skorumpowanych posłów, zbuntowanych chłopów, nostalgicznych Rosjan i rewolucyjnie nastawionych Ukraińców. Po studiach historii w Bazylei i Hamburgu zgłosił się jako wolontariusz do redakcji „Neue Zürcher Zeitung”. Jako dziennikarz analizę polityczną szanuje tak samo jak tematy bliskie zwykłym ludziom. Jego artykuły drukują między innymi „Financial Times”, „Neue Zürcher Zeitung”, „Focus”, „Profil” i „Zeit”²².

Gerhard Gnauck urodził się w 1964 r., jest niemieckim historykiem i politologiem, tłumaczem, od 1999 r. korespondentem dziennika „Welt” w Polsce i na Ukrainie, współpracuje również ze szwajcarskim dziennikiem „Neue Zürcher Zeitung”. Od lat zajmuje się polską historią i kulturą, inspirowany losami swoich polskich i niemieckich przodków. Od swoich czasów szkolnych w Moguncji bacznie obserwował losy Europy Środkowej i Wschodniej. Po studiach historii Europy Wschodniej, nauk politycznych i slawistyki doktoryzował się z dziejów współczesnej Rosji. Gnauck był redaktorem „Frankfurter Allgemeine Zeitung”, a w 1999 r. przeniósł się jako korespon-

²¹ Deutsche Welle (DW) to niemiecka stacja radiowo-telewizyjna z siedzibami w Berlinie i Bonn, należy do Związku Niemieckich Nadawców Publicznych (Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland, ARD). Nadaje audycje od 1953 r., w języku polskim od 1962 r. Internetowy serwis Deutsche Welle (www.dw-world.de) powstaje zarówno w Berlinie, jak i w Bonn, a jego treść jest dostępna w 30 językach, między innymi w polskim. Redakcja Polska DW we współpracy z TVP Info tworzy polsko-niemiecki magazyn telewizyjny *Eurośsiedzi*. Więcej informacji na ten temat zob. www.dw-world.de/dw/0,,3325,00.html [odczyt z dn 2.12.2011].

²² Por. www.weltreporter.net/?page=korrespondent&id=24 [odczyt z dn. 11.07.2011].

dent „Welt” do stolicy Polski, gdzie obecnie mieszka. Jest autorem broszury o Warszawie i krytycznej biografii Marcela Reich-Ranickiego (2009)²³.

Gabriele Lesser, urodzona w 1960 r., jest korespondentką „Tagezeitung” i innych tytułów w RFN, Austrii i Szwajcarii, dziennikarką i badaczką historii współczesnej, specjalizującą się w temacie II wojny światowej i okupacji Polski, republik bałtyckich i Ukrainy w latach 1939–1945. Regularnie publikuje wiadomości, reportaże i analizy o Polsce, Ukrainie, republikach bałtyckich i Obwodzie Kaliningradzkim. Opublikowała kilka książek o Polsce, między innymi o historii tajnych kompletów w Krakowie podczas II wojny światowej oraz informator o Mazurach i Pojezierzu Mazurskim²⁴. Lesser, pracująca w Polsce od 1995 r., stała się bohaterką konfliktu z Eriką Steinbach (w obronie dziennikarki stanęła wtedy grupa polskich intelektualistów i dziennikarzy) i „afery kartoflanej” (niewielu jej wówczas w Polsce broniło), choć to nie ona napisała satyryczny felieton o prezydencie Kaczyńskim²⁵.

Jens Mattern, urodzony w 1964 r., od 2004 r. jest niezależnym korespondentem zagranicznym w Polsce. Po studiach językoznawczych i slawistycznych we Freiburgu i po pierwszych krokach w branży medialnej przed kilkoma laty odważył się, jak sam przyznaje na Facebooku, na oddanie skoku do Warszawy. Obecnie mieszka w stolicy Polski i jest związany tematycznie przede wszystkim z Polską oraz krajami bałtyckimi. Pisze raporty, artykuły, wywiady i przeprowadza badania dla wielu niemieckich tytułów prasowych²⁶.

Jan Puhl jest dziennikarzem hamburskiego tygodnika „Spiegel”. Specjalizuje się w tematyce polskiej, ostatnio bardzo chwalił „cud gospodarczy nad Wisłą”. W czołowym opiniotwórczym tygodniku niemieckich elit publikuje obszernie teksty o fenomenie Polaków i ich gospodarki²⁷.

Mia Raben pracuje w Berlinie i Warszawie jako niezależna korespondentka zagraniczna. Pisze przede wszystkim dla „Spiegla Online”, „Berliner Zeitung” i „TAZ zwei”. Jako dziennikarka żyjąca w polsko-niemieckim

²³ Por. www.theeuropean.de/gerhard-gnauck [odczyt z dn. 11.07.2011].

²⁴ Por. http://de.wikipedia.org/wiki/Gabrielle_Lesser [odczyt z dn. 11.07.2011].

²⁵ Długo czas po tym zdarzeniu odbierała telefony z pogróżkami i jeszcze dziś zdarza się, że odmawia się jej wywiadu, kiedy przedstawia się jako korespondentka TAZ. Por. www.krytykapolityczna.pl/Przeglad-prasy/Prasa-niemiecka-Wystarczy-tych-polskich-ofiar/menu-id-225.html [odczyt z dn. 11.07.2011].

²⁶ Por. www.jensmattern.com [odczyt z dn. 11.07.2011].

²⁷ Por. www.polityka.pl/swiat/przegladypresy/1513508,1,niemcy-dobrze-o-polsce.read [odczyt z dn. 11.07.2011].

małżeństwie jest szczególnie zafascynowana otwarciem Polski na nową Europę²⁸.

Konrad Schuller, repatriant z Rumunii, urodzony w 1961 r., jest redaktorem we „Frankfurter Allgemeine Zeitung”. Po studiach z historii najnowszej i ekonomii uczył się dziennikarstwa w monachijskiej Szkole Dziennikarskiej, by następnie spędzić kilka lat zagranicą, między innymi w Rzymie i w Londynie (BBC World Service). W redakcji FAZ pracuje od 1992 r.; początkowo zajmował się zmianami w Europie Wschodniej. Od 1995 r. pracował jako korespondent FAZ w Berlinie, gdzie bacznie obserwował drogę do jedności Niemiec i opisywał różne późne skutki dyktatury SED. Jako zagorzały Kreuzberger (mieszkaniec tureckiej dzielnicy Berlina) żywo interesował się życiem muzułmańskich imigrantów w mieście. Gdy w 2001 r. został jednym z założycieli zespołu redakcyjnego niedzielnego wydania FAZ, pisał między innymi o niemieckiej polityce zagranicznej i europejskiej. Konrad Schuller po raz pierwszy przybył do Warszawy w 2004 r. Wówczas stwierdził z przerażeniem, jak mało on i większość Niemców wiedzą o Polsce i postanowił stopniowo zmieniać ten stan rzeczy²⁹.

Urodzony 20 lipca 1954 r. w Lipsku Thomas Urban jest historykiem, sławistą i korespondentem jednej z największych niemieckich gazet „Süddeutsche Zeitung” w Polsce. Urban jest synem niemieckich wrocławian wysiedlonych po 1945 r. oraz mężem polskiej wrocławianki. Okres szkolny spędził w Bergheim koło Kolonii, gdzie był aktywistą organizacji młodzieżowej Katholische Studierende Jugend (KSJ, Katolicka Młodzież Studiująca). Później studiował romanistykę, sławistykę i historię Europy Wschodniej w Kolonii (z semestrami w Tours, Kijowie i Moskwie). Był współpracownikiem rosyjskiego dysydenta Lwa Kopelewa w Kolonii. Za transport leków i listów dla radzieckich dysydentów podczas jednej z podróży do Moskwy został aresztowany przez KGB i wydalony ze Związku Radzieckiego. Urban był pracownikiem agencji prasowych Associated Press (AP) w Nowym Jorku i Deutsche Presse-Agentur (DPA) w Hamburgu. Od 1988 r. jest korespondentem SZ, do 1992 r. pracował w Warszawie, do 1997 r. w Moskwie, potem znów w Warszawie i Kijowie. Urban jest kontrowersyjnym autorem i komentatorem, który odpowiedzialnością za napięcia w stosunkach polsko-niemieckich w XXI w. częściowo obarcza polskie media (za promowanie jednostronnego obrazu

²⁸ Por. www.buero-kopernikus.org/de/article/31/1 [odczyt z dn. 11.07.2011].

²⁹ Por. www.faz.net/s/RubD87FF48828064DAA974C2FF3CC5F6867/Doc~ED0B1D7D2947241D4B8AC619888D9D4B8~ATpl~Ecommon~Scontent.html [odczyt z dn. 11.07.2011].

niemieckich wypędzonych) i rząd niemiecki (za lekceważenie polskich obaw przed zbliżeniem niemiecko-rosyjskim)³⁰.

Z najnowszych badań nad profilem niemieckich korespondentów zagranicznych autorstwa Kathrin Junghanns i Thomasa Hanitzscha³¹ dowiadujemy się, że przeciętnie są oni starsi wiekiem i doświadczeniem niż ich koledzy w niemieckich redakcjach lokalnych. Badanie to, oparte na wywiadach online ze 176 korespondentami zagranicznymi regularnie piszącymi dla niemieckich mediów, pokazało, że większość z nich to mężczyźni. Mają oni tendencję do wzmacniania podziału ról społecznych i własnej roli w zrozumieniu zarówno kontekstu, jak i znaczenia wydarzeń za granicą. Ze względu na złożone potrzeby korespondentów zagranicznych nie jest to odpowiednie zajęcie dla osób rozpoczynających działalność w branży. Badanie ukazało także ukierunkowanie w sprawozdawczości zagranicznej na porozumienie i dialog. Trochę interwencjonistyczny charakter roli, jaką pełnią, wskazuje na ich aktywność w podnoszeniu różnych społecznie drażliwych i ważnych kwestii oraz na próby redukcji uprzedzeń i mitów. Ze względu na fakt, że wielu korespondentów musi pisać raporty o regionie geograficznie i kulturowo heterogenicznym, powinni być oni do tej pracy odpowiednio przygotowani (badania techniczne, znajomość języków itd.), co jest trudne³².

Klucz do rozwoju stosunków polsko-niemieckich i zmian w obustronnym postrzeganiu tkwi we wzajemnym zrozumieniu. Jednak proces obustronnego uczenia się trwa długo i jest skomplikowany, a dla wielu nieosiągalny lub nawet przez nich niechciany. Warto w nim czerpać ze współczesnej mitologii, na przykład z legendy niemieckiej SPD i jej bohatera Willy'ego Brandta z jego filozofią małych kroków w polityce wschodniej, które w latach 70. pozwoliły ówczesnemu kanclerzowi i tym samym Niemcom uczynić krok milowy w historii Europy i świata. Również dziś potrzeba pozytywnych wzorców i punktów odniesienia w spersonalizowanym świecie polityki i mediów w przestrzeni polsko-niemieckiej. W aktualnych stosunkach polsko-niemieckich obowiązuje zasada małych kroków i powolnego, ale stałego uczenia się siebie nawzajem, także poza sferą oficjalnej polityki, tak jak w trudnych czasach zimnowojennych ponad żelazną kurtyną.

³⁰ Por. http://www.perlentaucher.de/autoren/4330/Thomas_Urban.html [odczyt z dn. 11.07.2011].

³¹ K. Junghanns, T. Hanitzsch, op. cit., s. 144 i nn.

³² Opracowanie dostępne na stronie: www.mediaculture-online.de [odczyt z dn. 1.07.2011].

Warto postawić pytanie, czy Polacy i Niemcy chcą się od siebie uczyć, a jeżeli tak, to czego chcą i czego mogą się nauczyć? Te wzajemne lekcje na razie są dość ograniczone, co nie znaczy, że niemożliwe³³. Wzajemna percepcja w relacjach polsko-niemieckich jest w każdym z dwóch krajów bardzo zróżnicowana. To, że Niemcy są lepiej oceniani w Polsce niż Polacy w Niemczech, wynika z wielu czynników. Asymetrie, uprzedzenia, różne sympatie i zainteresowania społeczeństw poindustrialnych, informatycznych oraz mity i legendy nie przemijają, są wręcz na nowo tworzone. Zdrowy rozsądek podpowiada, że cierpliwość i czas są lepszym doradcą niż pośpiech i narracja sterowana politycznie. I nie dotyczy to tylko przeszłości, jak przysłowiowego już kiczu pojednania, ale także dzisiejszej polityki europejskiej, również tej uprawianej przez polityków rządzących w Polsce: w polskocentrycznej euforii, szczególnie w ostatnich latach (2010–2012), można było wskazać na wiele procesów instrumentalizacji, i to zarówno ze strony Brukseli i Berlina, jak i Warszawy. Udział w nich brali także niemieccy korespondenci zagraniczni.

W zbliżeniu między narodami mass- i multimedia odgrywają kluczową rolę, a w nich komunikatorzy i multiplikatorzy, elity tworzące główny nurt dyskursu. Jednak budowanie wzajemnego postrzegania tylko w oparciu o wizerunek medialny jest zabiegiem bardzo ryzykownym, choć często wręcz nieuchronnym. W badaniach socjologicznych polskiego ISP czy niemieckiego ID wyraźnie widać, że Niemcy darzą Polaków coraz większą sympatią. Polska jest przedstawiana jako „Musterland”, wzorcowy kraj unijny, kotwica stabilności finansowej. Jednak mimo tego, że Niemcy obecnie malują wizerunek Polski sympatycznej i potrzebnej, a niemieckie media zdają się hołdować dewizie „uczyć się od Polski to znaczy patrzeć długofalowo na UE i siebie”, to Polacy w oczach Niemców uchodzą za obcych, a ich kraj jest mało znany, co znajduje odbicie właśnie w badaniach społecznych i jest częściowo rezultatem stosunkowo małej liczby artykułów o polskim kraju i społeczeństwie.

Ryszard Kapuściński wierzył w misję reportera-obieźyświata polegającą na objaśnianiu innych kultur. W świecie anglosaskim podobną ikoną był Alistair Cooke³⁴, który przez 58 lat co tydzień nadawał dla radia BBC korespondencje, które przeszły do historii dziennikarstwa. Dziś coraz częściej kolejne

³³ Odbywają się na przykład polsko-niemieckie dni mediów, więcej na ten temat zob. *III Polsko-Niemieckie Dni Mediów*, www.fwpm.org.pl/etc/_gfi/Media_1.pdf, s. 15–22 [odczyt z dn. 12.01.2012].

³⁴ Żyjący w latach 1908–2004 amerykański dziennikarz pochodzenia angielskiego prawie całe życie mieszkał i pracował w Nowym Jorku. Więcej na jego temat zob. www.spartacus.schoolnet.co.uk/USACooke.html [odczyt z dn. 12.01.2012].

tytuły prasowe zamykają swoje biura zagraniczne, co ma zły wpływ nie tylko na jakość informacji medialnych, lecz i na stan demokracji. Owszem, przeciętny roczny koszt utrzymania biura zagranicznego wynosi dziś w USA około 250 tys. dolarów, a w miejscach szczególnie trudnych, jak Bagdad, nawet milion, ale jak oszacować straty wynikające z niedoinformowania opinii publicznej o tym, co dzieje się na świecie?³⁵ Tendencja jest nieuchronna — wielkie światowe dzienniki pokroju „New York Timesa”, „Washington Post” czy „Wall Street Journal” mają jeszcze dość dużo reporterów zagranicznych, ale medioznawcy³⁶ obliczyli, że 30 lat temu na pierwszych stronach gazet doniesienia zagraniczne stanowiły 27% ogólnej liczby publikowanych materiałów, w 1997 roku ich udział skurczył się do 21%, by w 2004 spaść do 14%. Coraz mniej jest też korespondentów zagranicznych, na przykład w 2002 roku prasa amerykańska zatrudniała ich 188, a w 2009 — 141. Jest to po części wynik globalizacji i digitalizacji przestrzeni medialnej oraz skutek kariery internetu jako nowego medium, w którym za darmo można nie tylko przeczytać wydania online niemal wszystkich gazet świata, ale także pozyskać mnóstwo innych informacji z wielu innych, często niezależnych źródeł i baz danych oraz od innych użytkowników.

Jak niemieccy korespondenci zagraniczni widzą świat i Polskę?

Korespondentów zagranicznych nazywa się pośrednikami między kulturami, uczestniczącymi w ich swoistym transferze. Niemieccy korespondenci zagraniczni w Polsce to także pośrednicy w sąsiedztwie — jak sami siebie lubią nazywać, poruszający się między rolą ideową a rzeczywistością pracy i płacy. W ich publikacjach Polska jawi się jako centralna część Europy Środkowo-Wschodniej i tak jest współcześnie w Niemczech opisywana. Można tu odnotować istotną zmianę, gdyż 10 lat temu była ona tylko częścią tego regionu Europy. W spisie najpopularniejszych treści medialnych w przekazach zagranicznych obok Brukseli, Paryża, Madrytu, Rzymu, Londynu czy Wiednia nie ma Moskwy, Pragi czy Budapesztu, ani tym bardziej Warszawy, lecz pisze się ogólnie o Wschodzie, w kontekście którego od 2009 roku coraz częściej relacjonuje się zmiany w Polsce (lata 2010 i 2011 były czasem hurraoptymizmu i podyktowanego polityczną poprawnością podkreślania roli Polski jako wzorca w UE).

³⁵ Por. <http://archiwum.polityka.pl/art/kibic-zdala,361791.html> [odczyt z dn. 11.07.2011].

³⁶ K. Junghanns, T. Hanitzsch, op. cit., s. 144 i nn.

W niemieckiej perspektywie korespondenta zagranicznego jako pośrednika między kulturami na pierwszym planie znajduje się Europa i jej stolica, następnie kolejne zachodnie i południowe stolice europejskiej kultury i biznesu, jak Bruksela czy Strasburg, idealne do tworzenia popularnej wśród dziennikarzy i w mediach wydarzeń. Następny w kolejności jest Londyn, czyli stereotypowo angielska arystokracja i akcje giełdowe oraz kopalnia różnorodnych tematów; potem Paryż, stolica kultury i mody oraz doskonały punkt wyjścia dla wydarzeń; Rzym, czyli pizza, Papież, Prodi, Berlusconi i *dolce vita*. Punktem odniesienia są także Madryt jako pomost między kontynentami oraz niezależna Skandynawia (pojmowana jako całość, podobnie jak Europa Środkowo-Wschodnia), zawsze poprawna politycznie. Wiedeń jawi się jako miasto kultury i pomost bałkański. Berlin to nadal jeszcze sponsor Europy numer jeden i pomost na Wschód, wreszcie Europa Środkowo-Wschodnia jest rozumiana i przedstawiana jako region o podzielonej przeszłości i wspólnej przyszłości, a zmiany w Polsce są coraz pozytywniej postrzegane. Rosja to służby specjalne i thriller polityczny oraz dziennikarska praca pionierska, nadal za żelazną kurtyną. Następnie jest Washington i codzienność między Kapitołem a mitami o Dzikim Zachodzie; Ameryka Łacińska, czyli coś więcej niż tylko samba, narkotyki i Che Guevara. Obszar Australii i Pacyfiku to w medialnym żargonie teren, w którym niebezpieczne są tylko rekiny, Azja Południowa i Północno-Wschodnia — „boso, ale w ostrogach”, oraz Chiny, które dziś interesują każdego. Pojawi się także Japonia, z mieszkańcami spędzającymi życie w pociągu, oraz Izrael i Palestyna w ogniu walk. Ponadto świat arabski oraz szerzej Bliski Wschód jako obszar permanentnego kryzysu pojmowany raz jako szansa, raz jako dylemat. Na koniec odległa Afryka³⁷. Tak więc wizerunek świata w relacjach niemieckich korespondentów zagranicznych jest dość stereotypowy.

W badaniach prasoznawczych zadaniem badacza jest stawianie istotnych pytań dotyczących przekazywanych treści, jak choćby: Jak duża jest niezależność redakcyjna korespondentów zagranicznych i co się dzieje, gdy popadają oni w konflikt z własną redakcją? Jakie są wpływ i wartość ich wiadomości? Jakiej tematyce korespondenci poświęcają najwięcej miejsca i uwagi? Jak dalece dominacja takich tematów, jak konflikty, katastrofy czy sensacje faktycznie wpływa na ich pracę i czy nie chodzi tu bardziej o strukturalny problem w tej branży? Ponadto coraz większą uwagę w badaniach społecz-

³⁷ Por. wartościowe i interesujące opracowanie pod redakcją O. Hahna, J. Lönnerdonkera, R. Schrödera, op. cit.

nych skupia się na niezależnych korespondentach zagranicznych (tak zwanych wolnych strzelcach³⁸) i ich szczególnej roli w tym zawodzie.

Korespondenci zagraniczni na pierwszy rzut oka tworzą szczególną podgrupę. Codziennie w mediach przewijają się setki relacji i raportów o innych krajach. Kto kryje się za tymi wizerunkami, słowami i tekstami, wiemy zazwyczaj mało. Ciekawym przyczynkiem do obrazu korespondentów zagranicznych jako do tej pory nieznanymi w badaniach nad komunikacją społeczną i międzynarodową jest wspomniane już opracowanie Annette Siemes o niemieckich korespondentach zagranicznych w Polsce. Wynika z niego, że niemieccy korespondenci w Polsce przedstawiali ją w 1989 roku jako kraj obcy, inny, nieznan, zacofany gospodarczo i kulturalnie, postkomunistyczny, pełen bandytów, korupcji i przemytników, jako kraj zagrożenia. Od połowy lat 90. najpierw do marca 1999 roku, a później do maja 2004 roku Polska awansowała do roli kandydata do NATO i UE i choć nadal była przedstawiana jako zagrożenie, obserwowane wcześniej dystans i strach przed nieznanym stały się mniejsze, a ważne debaty na temat pojednania i historii oraz przyjazne gesty polityków sprawiały, że w szumie informacji negatywnych pojawiały się także wówczas jeszcze niezrozumiałe treści pozytywne i neutralne. Natomiast po 2002 roku Polska objawiła się jako kraj niewdzięczny, a w latach 2005–2007 nawet zagrożenie dla Europy oraz kłótlivy i zacofany kraj i naród. Po 2007 roku ukazywana była przede wszystkim jako kraj zmian, neutralnie, czasem z akcentami pozytywnymi. Natomiast po 2010 roku awansowała do bycia krajem cudu gospodarczego, wzorcowym członkiem UE, przykładem dla Europy w kryzysie etc. Relacje przybierały więc coraz bardziej pozytywną formę i treść, a brak negatywizmu zaskakiwał.

Treści w sprawozdawczości międzynarodowej są relatywnie dobrze zbadane, natomiast ich twórcy pozostają nieznanymi. Ich pozycja pozwala przypuszczać, że to oni jednoosobowo decydują o tym, jakie wizerunki innych krajów prezentują media. Jednak proces, podczas którego powstają wypowiedzi prasowe, jest uwarunkowany licznymi czynnikami. Jak korespondenci zagraniczni wiążą rolę, jaką odgrywają, z rzeczywistością i warunkami pracy, spróbuję ukazać na przykładzie Polski. Po 1989 roku niemieckich

³⁸ Z angielskiego *freelancer*. To osoba pracująca bez etatu, realizująca projekty na zlecenie, najczęściej specjalizująca się w danej dziedzinie. Po raz pierwszy tego określenia użył Walter Scott w swej książce *Ivanhoe* w celu opisanego średniowiecznego najemnego wojownika. Do rozwoju tej dziedziny przyczynił się internet, który spowodował wzrost zapotrzebowania na pracę na odległość (na przykład projektowanie stron www), a jednocześnie ułatwił komunikację pracodawców z wolnymi strzelcami.

korespondentów zagranicznych było w Polsce zbyt mało. Szukano osób potrafiących w sposób pragmatyczny, a nie ideowy, pośredniczyć w transferze kultur. Taka pozycja była dla większości korespondentów atrakcyjna, zderzała się jednak ze skomplikowanym węzłem narodowych i międzynarodowych systemów medialnych, w których takie czynniki, jak popularność, aktualność czy ograniczona długość tekstu, odgrywają kluczową rolę przy doborze i opracowaniu informacji. Także interesy redakcji krajowych wskazywały na bardziej pragmatyczne podejście do kwestii transferu i wymiany kulturalnej. Nie jest tajemnicą, że odnoszenie się do spraw lokalnych i narodowych zawsze wyraźnie podnosi szansę na publikację danego materiału. Również jego europeizacja, tak modna i aprobowana w RFN od lat, nie gwarantuje zawsze sukcesu, gdyż Bruksela znajduje się już od dłuższego czasu w centrum krytyki społecznej. Nie mniej istotną rolę odgrywają tu nadal agencje prasowe, które podjęty temat rozprowadzają poprzez sieć redakcji prasowych i mogą sprawić, że zostanie on zaprezentowany jako jeden z najważniejszych.

Tylko nieliczni korespondenci sięgali poza kulisy wydarzeń. Jednym z pierwszych był Klaus Bachmann³⁹. To on nazwał stosunki polsko-niemieckie w latach 90. kiczem pojednania. Tematy polskie w niemieckich mediach „chodzą stadami”, co wielokrotnie podkreślał Adam Krzemiński, jeden z najbardziej doświadczonych ekspertów medialnych od spraw polsko-niemieckich⁴⁰. W filmach, audycjach radiowych i artykułach prasowych było bardzo wiele podobnych w ujęciu tematów dotyczących przede wszystkim polityki historycznej. Z jednej strony mamy więc cmentarze, pielęgnowanie pamięci, wyrzuty sumienia etc., z drugiej da się zaobserwować wyraźne przesunięcie w kierunku problematyki współczesnej, głównie gospodarczej i turystycznej. Wciąż powraca debata na temat wspólnych doświadczeń. Relacje z Polski

³⁹ Niemiecki dziennikarz, publicysta, historyk, politolog, autor wielu książek o tematyce europejskiej, polsko-niemieckiej i polsko-ukraińskiej. Urodził się w Bruchsal, niemieckim miasteczku niedaleko granicy francuskiej. Studiował historię, historię Europy Wschodniej, nauki polityczne i języki słowiańskie na uniwersytetach w Heidelbergu, Wiedniu i Krakowie. W latach 90. zamieszkał w Polsce, gdzie pracował jako oficjalnie akredytowany korespondent kilku znanych niemieckich dzienników, jak „Tagesspiegel” czy „Stuttgarter Zeitung” oraz był współpracownikiem kilku ogólnopolskich mediów („Rzeczpospolita”, „Polityka”, „Tygodnik Powszechny”). W pierwszej dekadzie XXI w. rozpoczął karierę naukową. Po powrocie z trzyletniego pobytu w Brukseli, gdzie był korespondentem niemieckich i austriackich gazet, habilitował się na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Wrocławskiego.

⁴⁰ Adam Krzemiński od 1973 r. jest stałym współpracownikiem i redaktorem tygodnika opinii „Polityka” w Warszawie; w Polsce stał się poważanym i rozpoznawanym ekspertem medialnym od spraw niemieckich i dialogu polsko-niemieckiego.

w niemieckiej prasie nie budują jednak jeszcze wielostronnego wizerunku sąsiada. Poza kilkoma powtarzającymi się tematami są całe nieeksplorowane dziedziny. Niemieccy i polscy dziennikarze mogliby wspólnie analizować reformę systemu emerytalnego, sił policyjnych i zbrojnych, podejmować tematy z zakresu pedagogiki, oświaty czy pomocy społecznej i przeciwdziałaniu przemocy. Tymczasem prawie nie toczy się medialna debata na temat wspólnych doświadczeń i dochodzenia w przyszłości do jakiejś formy kooperacji policji czy armii europejskiej czy innej współpracy na przykład w zakresie europejskiej minimalnej pomocy społecznej. Wiele ważnych tematów uchodzi za mało ciekawe albo marginesowe, a jeśli już znajdują się one w centrum uwagi jednego z krajów, to zwykle są wówczas ignorowane w drugim⁴¹. Co ciekawe i warte uwypuklenia, zarówno w Polsce, jak i w RFN, funkcjonują obecnie dwujęzyczne i godne zaufania powszechnie dostępne internetowe serwisy prasowe, jak choćby Deutsche Welle z *Echami polskimi* w niemieckiej prasie (głównie przedrukami z FAZ, SZ, TAZ, „Welt” czy „Spiegla”), serwis polsko-niemieckiego portalu Point z przedrukami i tłumaczeniami między innymi z „Zeita” („Die Zeit po polsku”) oraz serwis prasowy portalu Transodra⁴².

Na podstawie najnowszych badań ISP i ID dotyczących wzajemnego postrzegania Polaków i Niemców wynika, że oba narody jednomyślnie twierdzą, że ich kraje nie stanowią zagrożenia dla siebie i dla Europy. W moim przekonaniu na tę opinię wpływa w dużym stopniu to, co mówią media w obu krajach. A opisują normalne, zwyczajne rzeczy, kiedy nie ma wyborów, co szczególnie podkreślają korespondenci zagraniczni. Kiedy rozpoczynają się kampanie przedwyborcze, ożywają nieprzyjemne historie i wypominanie sobie przeszłości. Ponadto w mediach mimo wszystko dominują sprawy lokalne. Dowiadujemy się z nich tylko o rzeczach najgłośniejszych i najważniejszych z zagranicy, przeważają afery polityczne, mniej jest natomiast zwykłej polityki. W opinii wielu korespondentów niemieckich Polacy i Niemcy po prostu niewiele o sobie wiedzą, mimo że w ostatnich latach częściej się kontaktują. Sami publicyści wskazują na zanik zainteresowania wśród dziennikarzy zapełnianiem deficytów wiedzy o Polsce i adekwatnie o Niemczech w Polsce i tworzenie się grup ekspertów (polonofilów/germanofilów), którzy rozpisują się tylko na jeden polski bądź niemiecki temat (na przykład wypędzonych). Niemieckie media w relacjach z Polski koncentrują się bardzo na

⁴¹ Dane za www.dnmediow.org/c57,media_w_niemczech.html [odczyt z dn. 7.07.2011].

⁴² Więcej na ten temat zob. np. www.transodra-online.net/pl, www.dw-world.de/, portalpoint.info/.

wydarzeniówce (zauważalny jest brak rzetelnej informacji, także politycznej, na korzyść spekulacji, plotek i opinii), czego wymagają od nich redakcje, marginalne są informacje o życiu codziennym i kulturze kraju sąsiada, pomocne w zrozumieniu aspektów polityki i gospodarki w Polsce⁴³. Bardzo różny jest zainteresowanie dużych niemieckich tytułów sytuacją i wydarzeniami w Polsce. Sytuacja ekonomiczna tytułu i jego linia programowo-polityczna mają wpływ na to, czy dana gazeta ma stałego korespondenta za Odrą czy nie. Przypomnę, że największe niemieckie ponadregionalne dzienniki opinio-twórcze, jak FAZ, SZ, „Welt” czy bardziej lokalny TAZ oraz elitarny jakościowy tygodnik opinii „Spiegel”, mają swoich korespondentów w Warszawie⁴⁴.

Teksty na temat sytuacji w Polsce powstają więc nie tylko w Niemczech, lecz także w Warszawie. Coraz częściej mają charakter obszerniejszych analiz. Mimo że zwykle są to pogłębione wydarzeniówki, czyli teksty opierające się na jakimś wydarzeniu (rocznicy, meczu, ważnej wizycie politycznej lub wydarzeniu kulturalnym), wydarzenia są ukazywane w szerszym kontekście. Cięcia finansowe, które dotknęły niemieckie tytuły w ostatnich latach, sprawiły, że także potężne niemieckie koncerny medialne zredukowały liczbę biur i ich budżety. Obok wymienionych wyżej siedmiu na stałe przebywających w Polsce redaktorów FAZ, TAZ, SZ, „Welt”, „Spiegla” i „Handelsblatt” reszta tylko okazjonalnie zajmuje się Polską. Gazety codzienne w RFN z jednej strony stawiają sobie za cel szerokie informowanie o wydarzeniach u wschodniego sąsiada, z drugiej zaś zauważalne są pewne braki kontekstowe (słabe jakościowo, płytkie teksty informacyjne dostarczane przez agencje informacyjne). Najlepszy segment polski ma tygodnik „Spiegel”, zatrudniający na stałe w Warszawie dwóch redaktorów. Brak korespondentów zagranicznych można rozpoznać po zdecydowanie mniejszej liczbie informacji pogłębionej i wychodzącej poza standard zmitologizowanej, stereotypowej, upolitycznionej i tabloidyzowanej sprawozdawczości reporterskiej z zagranicy. Podstawą pracy dzienników i tygodników są nadal, obok wkładu dość licznej grupy korespondentów w Polsce, informacje agencyjne. Przedruki w analizowanych w tym studium tytułach pojawiają się natomiast niezwykle rzadko.

⁴³ Por. B. Cöllen, op. cit.

⁴⁴ Sytuacja mediów polskich jest proporcjonalnie odwrotna. Z dużych tytułów prasowych jedynie „Rzeczpospolita” zatrudnia Piotra Jendroszczyka w Berlinie. Dodatkowo analityczne teksty dotyczące szczególnie relacji polsko-niemieckich lub spraw istotnych dla Polski pisze dla niej Piotr Semka (z Warszawy). Ponadto wymienia się takie nazwiska, jak Jacek Lepiarz czy Bartosz Wieliński, wolny strzelec w Berlinie.

Śledząc frekwencyjność tekstów, można dostrzec, że w takich tytułach, jak SZ, FAZ, TAZ oraz „Spiegel”, Polska jest relatywnie ważnym tematem zagranicznym. Oczywiście w rankingu popularności i ilości tekstów jej poświęconych zajmuje dalsze miejsce za Rosją, Europą czy Chinami, pojawia się prawie zawsze w tle Europy Zachodniej, lecz na pierwszym planie Europy Wschodniej, rzadziej jako suwerenny gracz, choć ostatnie dwa lata różnią się pod tym względem od poprzednich. Większość tekstów zawiera informacje o wydarzeniach, relacje ze spotkań politycznych, opis faktów i skróconą analizę zjawisk ekonomicznych. W około 5% do 15% tekstów zaznaczano polski kontekst lub przedstawiano sytuację w Polsce na tle niemieckiego status quo. Zauważalna jest tendencja do wzmacniania pozycji informacji rozrywkowych kosztem poważnych, analitycznych. Biorąc pod uwagę „najważniejsze” z omawianych dzienników i tygodników — FAZ, SZ i „Zeit” (świadomie kreujące się na tytuły elitarne) — nastąpiła także znaczna tabloidyżacja treści. Informacje kulturalne na temat Polski pojawiają się w dziennikach tylko w kontekście niemieckim. Redakcje sumiennie podchodzą do tematyki gospodarczej, nie ograniczają się do suchej relacji na temat faktów (największe dzienniki regularnie podają informacje na temat polskiej giełdy i notowań WIG), ale opatrują je komentarzem o zabarwieniu emocjonalnym.

Tak jak paradoksalnie polskie media wspólnie z polskimi politykami mogą poczytać sobie za sukces wypromowanie pewnego niemieckiego marginalnego polityka, tak niemieckie media starają się w tym zakresie o większy obiektywizm. Steinbach była swoistym samograjem polskiej prasy na temat Niemiec, co nie uszło uwagi niemieckich dziennikarzy, którzy przyczynili się do jej popularności w RFN. W ciągu ostatnich 6 lat tylko w tygodniku „Spiegel” 4 na 10 tekstów dotyczyło Steinbach lub Związku Wypędzonych. To zainteresowanie najpierw polskiej prasy, a potem niemieckich tytułów sprawiło, że doszło do „steinbachizacji” relacji polsko-niemieckich. Bardzo popularni bracia Kaczyńscy i potem Władysław Bartoszewski zostali zepchnięci w cień. Obecność tego tematu w prasie dotyczy również działalności Związku Wypędzonych i kwestii odszkodowań za utracone przez Niemców majątki w Polsce północnej i zachodniej. Ważnym tematem polskim powracającym w prasie ogólnoniemieckiej jest polska odpowiedzialność za wypędzenia.

Nemieccy korespondenci w Polsce podkreślają, że zwykli Polacy są zazwyczaj życzliwi i chętni do rozmów, nie zawsze natomiast można tak powiedzieć o politykach. Dziennikarzy razi ich styl, w którym arogancja i euforia miesza się z podejrzliwością. Wielu z nich twierdzi, że lubi bałagan młodych demokracji i nie skarży się na współpracę z urzędnikami. Jednak zaznacza, że

uderza ich, iż politycy nie są już tacy ważni jak kiedyś i oskarżają obcą prasę o prowadzenie kampanii przeciwko Polsce. Do momentu wejścia Polski do Unii wizerunek tego kraju był relatywnie dobry, zaczął się psuć pod koniec rządów premiera Millera, a stał się tragiczny za czasów braci Kaczyńskich, kiedy nastąpił kryzys rządowej polityki informacyjnej i eskalacja nieufności wobec mediów. Teraz Berlin znów interesuje się Polską i całym regionem — mało kto na Zachodzie przypuszczał, że Polska tak szybko przejdzie tak duże zmiany. Teraz przede wszystkim Niemcy pokazują Polskę innym państwom Unii Europejskiej jako wzór do naśladowania. Politycznie, gospodarczo i kulturalnie zrastająca się Europa okazuje się być sferą, w której przestrzeni publicznej funkcjonują zarówno dobrze widoczne i trwałe nierówności oraz wzorce postzegania, jak również na nowo wschodzące i odkrywane podobieństwa oraz symetrie. Relewantnym miejscem kolportacji i prób rozstrzygnięcia tych różnic i podobieństw jest język, który poprzez strategicznie kierowane i podświadomie transportowane dyskursy w ukierunkowanym przede wszystkim na Europę Zachodnią świecie mediów drukowanych znajduje swój wyraz. ♦

German foreign correspondents in the III Republic of Poland and their perception of Poland

The purpose of this article is to present the German newspaper foreign correspondents, who are active participants in the German discourse about Poland and the Poles, and thus significantly affect the formation of the image of Polish in Germany, after the accession of Poland to the EU. This study was based on the results of analysis of contemporary German quality press and past performance of selected German press study, research on the management of information in the relations media-policy and the role of the foreign correspondent in the modern world. The analysis was based the issue of quality daily newspapers supra FAZ, SZ, TAZ and influential weeklies „Zeit”, „Der Spiegel”, „Focus” in the years 2004-2010. In the first part of the analysis provides general information on the role and activities of German foreign correspondents and media market in Germany. In the second part was a detailed characterization of selected press correspondents, and a third of the work that is presented by the Polish image of them in the press, after 2004. To conclude that politically, economically and culturally confluent Europe turns out to be a sphere, in which the public space function in both highly visible and durable inequalities and patterns of perception as well as the newly emerging and discovered similarities and symmetries. Relevat place of the settlement of their differences and similarities is the language which, through strategically targeted and subconsciously transported discourses centered primarily in Western Europe the print media world is reflected. The role of foreign correspondents here is not to be underestimated.

