

**Von der Parteizeitung zur freien Presse?**

**Bestandsaufnahme und kritischer Vergleich  
medienwissenschaftlicher Positionen  
zur Transformation der polnischen Tagespresse**

Hausarbeit zur  
Diplomprüfung

an der  
HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN  
HAMBURG  
Fakultät Design, Medien und Information  
Studiendepartment Information

vorgelegt von  
Isabella Brauner  
Hamburg, August 2007

**1 Prüfer: Prof. Dr. Ralph Schmidt**  
**2 Prüfer: Prof. Dr. Ute Krauss-Leichert**

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abstract</b> .....	vi
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	vii
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	viii
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	ix
<b>Einleitung</b> .....	1
<b>Kapitel 1 Festlegung und Abgrenzung von Begrifflichkeiten</b> .....	3
<b>1.1 Definitionen und Abgrenzungen des Mediums Tageszeitung</b> .....	3
1.1.1 Die Tageszeitung –eine Begriffsbestimmung .....	3
1.1.2 Inhaltsstruktur und Typologie der Tageszeitung .....	4
1.1.3 Nutzung und Produktion von Tageszeitungsinhalten.....	5
<b>1.2 Zum Begriff der Transformation</b> .....	7
1.2.1 Was bedeutet Transformation?.....	7
1.2.2 Ansätze der Transformationsforschung.....	8
1.2.3 Merkmale und Charakteristika postkommunistischer Übergänge.....	9
1.2.4 Forschungsansätze zur Transformation in den Medien.....	11
<b>Kapitel 2 Erläuterungen zur Untersuchungsmethode</b> .....	12
<b>2. Die Ziele und Fragestellungen der Untersuchung</b> .....	13
2.1. Analyse der Struktur, Funktionen und Rahmenbedingungen polnischer Tageszeitungen .....	13
2.2. Methodische Vorgehensweise bei der Untersuchung.....	13
2.3 Literatur zur Transformation von Mediensystemen in Mittel- und Osteuropa	14
<b>Kapitel 3 Überblick und der historische Kontext der polnischen Tagespresse</b> .....	15
<b>3.1 Die Tagespresse in der Volksrepublik Polen (1945 – 1989)</b> .....	15
3.1.1 Der Wiederaufbau des Pressewesens nach dem 2. Weltkrieg.....	16
3.1.2 Die Instrumentalisierung der Presse als Propagandaorgan.....	17
3.1.3 Der rechtliche Rahmen: Zensurbestimmungen und das Presserecht.....	19
3.1.4 Die Rolle der Arbeiterverlegergenossenschaft bei der staatlichen Kontrolle und Lenkung der Presse.....	21
3.1.5 Die Bedeutung der <i>Solidarnosc</i> Gewerkschaft und ihrer Publikationstätigkeit im Untergrund .....	22
<b>3.2 Der Weg vom Instrument der Partei zur pluralistischen Presse</b> .....	23
3.2.1 Die Verhandlungen am „Runden Tisch“ .....	24
3.2.2 Die Auflösung der Arbeiterverlegergenossenschaft.....	25
3.2.3 Die Privatisierung der polnischen Presse .....	26
<b>3.3 Die gegenwärtige Tageszeitungslandschaft</b> .....	28
3.3.1 Typologie der polnischen Tagespresse.....	28
3.3.2 Die alten überregionalen und regionalen Titel .....	33
3.3.3 Erfolgreiche Neugründungen nach der Auflösung der <i>RSW</i> .....	35
3.3.4 Veränderungen in polnischen Tageszeitungen: Verbessertes Layout, größere Kundenorientierung, Regionalisierung und Auflagenschwankungen .....	37

<b>Kapitel 4 Forschungsansätze zur Rolle der Medien im Transformationsprozeß</b> .....	38
<b>4.1 Medienwissenschaftliche Forschungstendenzen zum Transformationsprozeß</b>	38
4.1.1 Die Rolle der Medien in der Transformation .....	39
4.1.2 Die Entwicklungsrichtung der Medien.....	40
4.1.3 Die EU-Integration und die Rolle der Medien .....	43
<b>Kapitel 5 Medienpolitischer Rahmen der Transformation</b> .....	44
<b>5.1 Polnische Informationspolitik und das Verhältnis der Regierung zur Presse</b>	44
5.1.1 Auffassungen und Mißverständnisse des Begriffes „Informationspolitik“ ...	44
5.1.2 Das Verhältnis der polnischen Regierung zur Presse.....	45
5.1.3 Der Stellenwert der katholischen Kirche und ihre Rolle in der Informationspolitik .....	47
<b>5.2 Regulierungen gesetzlicher Rahmenbedingungen</b> .....	48
5.2.1 Rechtsakte und Kontroversen zur Liberalisierung der polnischen Presse....	49
5.2.2 Das polnische Presserecht .....	50
5.2.3 Die gesetzliche Verankerung und Einschränkungen der Pressefreiheit .....	52
<b>5.3 Die Bedeutung von Institutionen und ihr Beitrag zum     Transformationsprozeß</b> .....	53
5.3.1 Die Regulierung des Wettbewerbs und des Verbraucherschutzes .....	53
5.3.2 Die Bedeutung und Arbeit von Journalistenorganisationen.....	54
5.3.3 Die Rolle von Verlegerverbänden .....	56
<b>Kapitel 6 Ökonomische Einflüsse auf die Transformation</b> .....	58
<b>6.1 Die Entwicklung des polnischen Werbemarktes und die Auswirkungen auf     den Wandel der Tagespresse</b> .....	58
6.1.1 Die Entwicklung des polnischen Werbemarktes .....	58
6.1.2 Die Funktion von Tageszeitungen als Werbeträger .....	60
6.1.3 Der Anzeigenmarkt als Finanzierungsquelle.....	61
<b>6.2 Investitionen westlicher Verleger in der polnischen Tagespresse</b> .....	64
6.2.1 Neue Besitzverhältnisse auf dem polnischen Pressemarkt.....	64
6.2.2 Investitionen in polnische Tageszeitungen.....	66
6.2.3 Eine Übersicht der Beteiligungsstrukturen westlicher Investoren .....	67
<b>6.3 Die Dominanz westlicher Verlage und ihrer neuen Produkte in der     überregionalen Tagespresse</b> .....	71
6.3.1 Die Marktposition und Strategie des Axel Springer Verlages .....	71
6.3.2 Der Markteintritt des Boulevardblattes „Fakt“.....	72
6.3.3 Der Markteintritt des Qualitätsblattes „Dziennik“ .....	73
<b>Kapitel 7 Veränderungen der Lesemuster und der Wandel journalistischer Kultur</b> ..	75
<b>7.1 Wandel der Lesemuster in der polnischen Gesellschaft</b> .....	75
7.1.1 Veränderungen im Leseverhalten von Tageszeitungen.....	75
7.1.2 Ausschlaggebende Faktoren für Veränderungen im Leseverhalten der Tagespresse.....	76
7.1.3 Die Frage der Glaubwürdigkeit von Tagespresse.....	77

<b>7.2 Der Wandel journalistischer Kultur</b> .....	79
7.2.1 Transformation des polnischen Journalismus: Generationskonflikte, mangelnde Ausbildung und Schleichwerbung in der Berichterstattung .....	79
7.2.2 Die Rolle der Pressefreiheit und zunehmende Boulevardisierung der polnischen Tagespresse .....	81
7.2.3 Das Verständnis von Medienethik und der Wandel von journalistischen Standards .....	83
7.2.4 Die Rahmenbedingungen für investigativen Journalismus .....	84
<b>Kapitel 8 Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse</b> .....	86
<b>8.1 Eine Bestandsaufnahme und Erörterung polnischer und westlicher     Sichtweisen zur Transformation der polnischen Tagespresse</b> .....	86
8.1.1 Ansätze, Positionen und Erkenntnisse der Medienwissenschaften: eine Außenbetrachtung.....	86
8.1.2 Ansätze, Positionen und Erkenntnisse der Medienwissenschaften: eine Betrachtung von Innen.....	89
8.1.3 Erörterung der Unterschiede und Gemeinsamkeiten polnischer und westlicher Untersuchungen .....	93
<b>8.2 Kategorienschemata der Einflußfaktoren polnischer und westlicher     Sichtweisen zur Transformation der polnischen Tagespresse</b> .....	94
8.2.1 Die Isolation der Einflußfaktoren auf die Transformation der polnischen Tagespresse aus der Sicht von Außen .....	94
8.2.2 Die Isolation der Einflußfaktoren auf die Transformation der polnischen Tagespresse aus der polnischen Perspektive .....	96
8.2.3 Erörterung der Unterschiede und Gemeinsamkeiten polnischer und westlicher Sichtweisen.....	97
<b>8.3. Der Einfluß externer und interner Faktoren auf den Transformationsprozeß</b> .....	100
<b>8.4. Das Beziehungsgeflecht der Akteure des polnischen Tageszeitungsmarktes</b> .....	101
<b>Fazit</b> .....	102
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	107
<b>Eidesstattliche Versicherung</b> .....	119

## Abstract

Seit dem EU-Beitritt Polens im Jahre 2004, entwickelt sich ein zunehmendes wissenschaftliches Interesse an den Übergangsprozessen postkommunistischer Länder in demokratische Systeme. Für den informationswissenschaftlichen Bereich ist der Wandel von Informations- und Mediensystemen von besonderer Bedeutung, der bis dato nur wenig seitens der westeuropäischen Wissenschaften untersucht wurde. Wissenschaftliche Ansätze der polnischen Tradition zeigen aufgrund des kulturellen Kontexts ein größeres Angebot an Untersuchungen zum Thema auf. An dieser Stelle erweisen sich die Sprachkenntnisse der Autorin als vorteilhaft um beide Forschungsansätze zu komprimieren und hinsichtlich ihrer Positionen zu analysieren. Die Transformation der polnischen Tagespresse und die Sichtweisen polnischer und westlicher Medienwissenschaften hinsichtlich der Einflußfaktoren auf diese, sind Gegenstand der vorliegenden Arbeit. Der Leitgedanke der Untersuchung besteht in der Isolation dieser Positionen, um beide Sichtweisen miteinander zu vergleichen und Einflußfaktoren herauszukristallisieren, die auf den Transformationsprozeß einwirken. Zugrunde liegen bereits bestehende Forschungsansätze, die fachrelevanter Literatur, Fachpresseartikeln und themabezogenen Artikeln der polnischen und deutschen Tagespresse entnommen wurden.

Die Beschreibung der Struktur der polnischen Tagespresselandschaft, in der der historische Kontext mitberücksichtigt wird, zeigt die Zusammenhänge und einzelne Etappen der Transformation. Ein besonderes Augenmerk der Diplomarbeit wird auf den äußeren Rahmen des Wandels gerichtet. In diesem Zusammenhang werden die medienpolitischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Aspekte der Rahmenbedingungen mit einbezogen. In der vorliegenden Diplomarbeit wird ein Kategorienschema entwickelt, das den Vergleich westlicher und polnischer Positionen, deren Einbettung in einzelne Etappen der Transformation ermöglicht und somit die Isolierung externer und interner Einflußfaktoren erlaubt. Die Untersuchungsergebnisse werden anhand von Modellen veranschaulicht, die landesinnere und externe Einflüsse und die damit verbundenen Interessen der beteiligten Akteure in Form ihrer Beziehungsgeflechte aufzeigen. Grundsätzlich wird mittels der Analyse der Positionen verdeutlicht, daß die Einflußfaktoren des Transformationsprozesses hauptsächlich von den Interessen der beteiligten Akteure abhängen, wobei westliche Positionen vorwiegend westliche Standards als Grundlage der Demokratisierung des Pressesystems voraussetzen, während polnische Positionen diesen mit einer teils kritischen Distanz gegenüberstehen.

**Schlagnworte:** Transformation, Mediensystem, Medienpolitik, Medien, Polen, Printmedien, Presse, Tagespresse, Tageszeitung, Pressemarkt

## **Abbildungsverzeichnis**

<b>Abbildung 1 Einnahmen aus dem Anzeigenverkauf im Jahre 2005.....</b>	<b>63</b>
<b>Abbildung 2 Beteiligungsstruktur in der überregionalen Tagespresse.....</b>	<b>68</b>
<b>Abbildung 3 Besitzverhältnisse in der regionalen Tagespresse .....</b>	<b>70</b>
<b>Abbildung 4 Leserbindung an bestimmte Tageszeitungen.....</b>	<b>78</b>
<b>Abbildung 5 Das Modell interner und externer Einflußfaktoren auf die polnische Tagespresselandschaft.....</b>	<b>100</b>
<b>Abbildung 6 Beziehungen der Akteure des polnischen Tagespressemarktes.....</b>	<b>101</b>

## **Tabellenverzeichnis**

<b>Tabelle 1 Das Angebot überregionaler Tageszeitungen im Jahre 2006 .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabelle 2 Das Angebot regionaler Tageszeitungen im Jahre 2006 .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabelle 3 Modellvariationen westlicher Mediensysteme .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabelle 4 Übersicht der Ausgaben für Werbung in den Printmedien von 2000 bis 2007 .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabelle 5 Branchenbeteiligung an Werbung in Tageszeitungen.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabelle 6 Branchenspezifische Ausgaben für Werbung in der Tagespresse.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabelle 7 Einnahmen aus dem Anzeigenverkauf im Jahre 2005 .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabelle 8 Die Entwicklung der Erlöse aus Werbeeinnahmen in der Tagespresse .</b>	<b>63</b>
<b>Tabelle 9 Beteiligungsstruktur in der überregionalen Presse .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabelle 10 Beteiligungsstruktur in der regionalen Presse .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabelle 11 Eine Bestandsaufnahme westlicher medienwissenschaftlicher Untersuchungen .....</b>	<b>87</b>
<b>Tabelle 12 Eine Bestandsaufnahme polnischer Positionen zur Transformation der Tagespresse .....</b>	<b>90</b>
<b>Tabelle 13 Kategorienschema der Einflußfaktoren auf die einzelnen Phasen der Transformation aus der äußeren Perspektive .....</b>	<b>94</b>
<b>Tabelle 14 Kategorienschema der Einflußfaktoren auf die einzelnen Phasen der Transformation aus der polnischen Perspektive .....</b>	<b>96</b>



## Abkürzungsverzeichnis

<b>API</b> (Agencja publicystyki i informacji)	Agentur für Publizistik und Information
<b>CBOS</b> (Centrum Badania Opinii Społecznej)	Institut für öffentliche Meinungsforschung
<b>CPC</b> (Consumer Protection Cooperation)	Kooperation zum Verbraucherschutz
<b>AR</b> (Agencja robotnicza)	Arbeitsagentur
<b>FIPP</b> ( <i>International Federation of the Periodical Press</i> )	Internationaler Verband periodischer Presse
<b>GUKPPIW</b> (Główny Urząd Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk)	Hauptamt für die Kontrolle der Presse, Publikationen und Veranstaltungen
<b>IFJ</b> (International Federation of Journalists)	Internationaler Journalistenverband
<b>IWP</b> (Izba Wydawców Prasy)	Kammer der Presseverleger
<b>KSD</b> (Katolickie Stowarzyszenie Dziennikarzy)	Vereinigung Katholischer Journalisten
<b>KSS-KOR</b> (Komitet Samoobrony Społecznej)	Komitee für gesellschaftliche
<b>KOR</b> (Komitet Obrony Robotników)	Komitee zur Verteidigung der Arbeiter
<b>KRN</b> (Krajowa Rada Narodowa)	Landes National Rat
<b>KSS</b> (Komitet Samoobrony Społecznej)	Komitee für gesellschaftliche
<b>LPR</b> (Liga Polskich Rodzin)	Liga der Polnischen Familien
<b>PAP</b> (Polska Agencja Prasowa)	Polnische Presse-Agentur
<b>PiS</b> (Prawo i Sprawiedliwość)	Recht und Gerechtigkeit
<b>PKWN</b> (Polski Komitet Wolności Narodowej)	Komitee für nationale Befreiung
<b>PLN</b> (Polski Złoty)	Polnische Währung
<b>PPR</b> (Polska Partia Robotnicza)	Polnische Arbeiter Partei
<b>PPS</b> (Polska Partia socjalistyczna)	Polnischen Sozialistischen Partei
<b>PSL</b> (Polska Partia Ludowa)	Polnische Volkspartei
<b>PZPR</b> (Polska Zjednoczona Partia Robotnicza)	Polnische Vereinigte Arbeiter-Partei
<b>REM</b> (Rada Etyki Mediów)	Rat für Medienethik
<b>RP</b> (Związek Zawodowego Dziennikarzy)	Journalisten Berufsverband
<b>REM</b> (Rada Etyki Mediów)	Rat für Medienethik
<b>RSW</b> (Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza)	Arbeiterverlagsgenossenschaft
<b>OSW</b> (Ogólnopolskie Stowarzyszenie Wydawców)	Gesamtpolnischer Verlegerverband
<b>SLD</b> (Sojusz lewicy demokratycznej)	Demokratische Linksallianz
<b>SDP</b> (Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich)	Vereinigung Polnischer Journalisten

**SDRP** (Stowarzyszenie Dziennikarzy  
Rzeczypospolitej Polskiej)

**UA** (Urząd Antymonopolowy)

**UOKiK** (Urząd Ochrony Konkurencji  
Verbraucher i Konsumentów)

**UWP** (Unia Wydawców Prasy)

**WAN** (World Association of Newspapers)

**ZKDP** (Związek Kontroli i Dystrybucji  
Prasy)

Vereinigung von Journalisten der Republik  
Polen

Antimonopolbehörde

Amt zum Schutze des Wettbewerbs und der

Verband der Presseverleger

Weltverband der Zeitungen

Verband zur Distributionskontrolle der  
Presse

## **Einleitung**

### ***Motivation***

Die EU-Osterweiterung der letzten Jahre ermöglichte ein allgemeines und wissenschaftliches Interesse an den neuen Beitrittsländern, wobei sich insbesondere Fragen zu Aspekten der Demokratisierung, der Integration der postkommunistischen Länder in die EU und den damit verbundenen Prozessen ergeben. Der Prozeß der Loslösung von kommunistischen Strukturen und der Übergang in ein anderes System, der sich seit dem Ende der 80er Jahre in den ehemaligen Ostblock-Staaten vollzieht, bezeichnet man in der Fachdiskussion als *Transformation* bzw. *Transition* (vgl. HADAMIK 2003, S. 8). Der Verlauf der Transformation und der damit verbundene Entwicklungsprozeß des Informationssektors sind in diesem Zusammenhang für den Informationswissenschaftlichen Bereich von besonderem Interesse. Obwohl bisher die Transformationsforschung den Sozial- und Politikwissenschaften vorbehalten war, wird die Bedeutung des Systemwandels zunehmend für Medien- und Informationswissenschaften wichtiger. Eine ausschlaggebende Position in dieser Diskussion nimmt der Wandel von Mediensystemen ein. Gegenwärtig gibt es im deutschsprachigen Raum nur wenige medienwissenschaftliche Publikationen und Forschungsprojekte, die sich dem Wandel der Mediensysteme postkommunistischer Länder widmen. Ebenso fehlt es an einer komprimierten Form von medienwissenschaftlichen Ansätzen und Positionen zum Thema.

An dieser Stelle soll die vorliegende Untersuchung ansetzen, indem als Beispiel einer größtenteils gelungenen Demokratisierung des Mediensystems das Land Polen gewählt wird, das in diesem Zusammenhang Modellcharakter aufweist. In dem Fall erweisen sich die Land- und Sprachkenntnisse der Autorin als nützlich, die somit einen Zugang zu polnischsprachigen Quellen und der Recherche vor Ort ermöglichen. Da die Autorin der vorliegenden Arbeit während der kommunistischen Ära in Polen gelebt hat, entsteht ebenso ein besonderer Bezug zum Thema und die Möglichkeit sowohl westliche als auch polnische Perspektiven nachzuvollziehen und zu veranschaulichen.

### ***Konzeption und Vorgehensweise***

Die Diplomarbeit beschränkt sich auf nur einen Bestandteil des polnischen Mediensystems um die Komplexität des Themas zu reduzieren. Dabei erweist sich einerseits der Pressemarkt, und andererseits die Tagespresse als meinungsbildender und wertevermittelnder Informationslieferant als interessant. Nicht ganz unerheblich ist gleichzeitig die Kritik- und Kontrollfunktion der Tagespresse, durch welche sie zur Gestaltung gesellschaftlicher Strukturen und ebenso ihrem Wandel beiträgt.

Der Schwerpunkt der Untersuchung liegt in der Analyse der Perspektiven und Positionen, die sich aus Publikationen westeuropäischer und polnischer Medienwissenschaftler zur Transformation der polnischen Tagespresse ergeben. Hierbei lassen sich zwei

Leitvorstellungen unterscheiden, abhängig von der jeweiligen Denkschule, wissenschaftlicher Tradition und kulturellem Kontext. Ein Leitgedanke der vorliegenden Diplomarbeit ist der kritische Vergleich beider Positionen, indem Einflussfaktoren aus diesen isoliert und mittels eines Categorieschemas entschlüsselt werden. Dabei wird der Versuch unternommen die Unterschiede und Gemeinsamkeiten beider Betrachtungsweisen zu verdeutlichen, wobei sich vorwiegend auf Untersuchungen gestützt wird, die den Wandel des polnischen Tagespressesektors behandeln.

Zur Umsetzung der formulierten Zielsetzung wird die Diplomarbeit in acht Kapitel gegliedert. Das erste Kapitel umfasst die Abgrenzung und Festlegung von Begrifflichkeiten. Der Begriff der Tagespresse und der Transformation werden eingehend erläutert. Bei der Definition des Transformationsbegriffes wird auf den Forschungsstand und die Rolle der Medien diesbezüglich eingegangen. Diese Abgrenzungen sind notwendig, da in der Literatur unterschiedliche Definitionen und Auffassungen beider Begriffe diskutiert werden. Auf die ausführliche Beschreibung Polens wurde in der Diplomarbeit verzichtet, weil diese zum einen den Rahmen sprengen würde und zum anderem die Untersuchung nicht den Charakter einer Länderstudie aufweisen soll.

Das zweite Kapitel erläutert die Untersuchungsmethode der vorliegenden Diplomarbeit. Zunächst werden Ziele und Fragestellungen der Untersuchung definiert, der Forschungsansatz und die Vorgehensweise aufgeführt und anschließend die Literaturlage zum Thema aufgezeigt.

Das dritte Kapitel verschafft einen Überblick der Struktur der polnischen Tagespresse in historischen Kontext. Die Gegenüberstellung des historischen Kontextes der Tagespresse und der heutigen Tagespresselandschaft vermittelt einen groben Überblick über den Wandel. Dabei wird zunächst die Instrumentalisierung der Tagespresse als Propagandaorgan in der kommunistischen Ära Polens beschrieben, die Rolle der Untergrundpresse geklärt und politische Ereignisse geschildert, die letztendlich zum Umbruch im Jahre 1989 führten.

Im vierten Kapitel der Diplomarbeit werden medienwissenschaftliche Forschungstendenzen aufgezeigt. An dieser Stelle sollen Ansätze der medienwissenschaftlichen Untersuchungen verdeutlicht werden, um wesentliche Faktoren der Übergangsproblematik zu verdeutlichen. Dabei wird auf die Rolle der Medien in der Transformation, ihre Entwicklungsrichtung und die Bedeutung der EU-Integration eingegangen.

Der Hauptteil der Diplomarbeit beschäftigt sich vorwiegend mit den Rahmenbedingungen der Transformation der Tagespresse. Das fünfte Kapitel erörtert dabei den medienpolitischen Rahmen des Wandels. Diesbezüglich wird auf den Wandel der polnischen Informationspolitik, der gesetzlichen Lage und medienpolitischer Institutionen eingegangen. Die ökonomischen Rahmenbedingungen der Transformation werden im sechsten Kapitel erläutert. Die Entwicklung des Werbemarktes, sowie Investitionen aus dem Ausland, die zur Veränderung der Marktstruktur maßgeblich beigetragen haben, werden dabei fokussiert. Das siebte Kapitel erörtert die gesellschaftlichen Aspekte der Transformation. Das Augenmerk wird an dieser Stelle auf die Auswirkungen der Veränderung der Kommunikationsstile in der Berichterstattung und dem Wandel der Lesemuster gerichtet.

Die Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse und Umsetzung der Ziele der Diplomarbeit werden im achten Kapitel erarbeitet. Der Vergleich der Ansätze und Positionen westlicher und polnischer Medienwissenschaftler ermöglicht eine Isolation von Faktoren die den Transformationsprozeß beeinflussen. Für die Entschlüsselung der Einflussfaktoren wird ein Kategorienschema entwickelt, welches die Unterschiede und Gemeinsamkeiten beider Positionen veranschaulicht. Die Untersuchungsergebnisse werden in Form von Modellen aufgezeigt, die externe und interne Einflüsse auf die Transformation und Beziehungsgeflechte der Akteure des polnischen Tagespressemarktes verdeutlichen. Im Fazit der Diplomarbeit werden die Ergebnisse resümierend festgehalten, wobei der Versuch unternommen wird, die Frage der Titelstellung zu beantworten.

## ***Kapitel 1 Festlegung und Abgrenzung von Begrifflichkeiten***

Die Basis der vorliegenden Untersuchung bilden die Begriffe *Transformation* und *Tagespresse*. Das folgende Kapitel soll auf wichtige Einzelheiten dieser Begriffsbestimmungen eingehen. Zum Begriff der Tagespresse werden ihre Funktionen, Aufgaben und ihre Bedeutung berücksichtigt. Dabei soll ein Überblick über die Reichweite, Typologie, Produktion und Rezeption von Tageszeitungen geschaffen werden. Bei der Begriffsbestimmung der Transformation wird der Versuch unternommen, diese aus interdisziplinären Gesichtspunkten zu betrachten und speziell auf postkommunistische Übergänge und schließlich auf Mediensysteme zu übertragen.

### **1.1 Definitionen und Abgrenzungen des Mediums Tageszeitung**

Der Begriff der Zeitung wird allgemein als unmissverständlich aufgefasst. Schwieriger wird es, wenn es sich um eine wissenschaftliche Definitionsweise handelt, die eine ganze Reihe von Begriffsbestimmungen der Zeitung bietet. Das folgende Kapitel bestimmt mittels verschiedener Definitionsansätze den Begriff der Tageszeitung, erläutert die Entstehung des Inhaltes und geht auf das Lesverhalten dieses Mediums ein.

#### **1.1.1 Die Tageszeitung –eine Begriffsbestimmung**

Die Tagespresse ist eine allgemein zugängliche Informationsquelle, die in verschiedenen Formaten Informationen anbietet, um Ansprüchen unterschiedlichster Zielgruppen gerecht zu werden. Eine Tageszeitung ist ein mehrmals wöchentlich, meist täglich von Montag bis Samstag, erscheinendes Printmedium, das eine umfassende Berichterstattung bietet.

Nach Walter J. SCHÜTZ (1994) grenzt man das Medium Tageszeitung von anderen Publikationen durch zwei Kennzeichen ab:

1. erscheinen Tageszeitungen in der Regel. an jeden Werktag, mindestens aber zweimal in der Woche
2. verfügen sie über einen aktuellen politischen Teil

Die Tagespresse zeichnet sich durch vier charakteristische Merkmale aus:

- *Publizität*, d.h. sie sollte der Allgemeinheit zugänglich sein
- *Aktualität*, die Veröffentlichung einer Nachricht sollte möglichst nah am Zeitgeschehen des dazugehörigen Ereignisses stehen
- *Periodizität*, das regelmäßige Erscheinen einer Tageszeitung, in der Regel sechs Mal die Woche
- *Universalität*, die die redaktionelle und inhaltliche Vielfalt der Zeitung beschreibt
- Hinzu kommt noch im Vergleich mit elektronischen Medien das Merkmal der freien Verfügbarkeit - der *Disponibilität* des Mediums nach Ort und Zeit (vgl. FAULSTICH 1998, S. 362).

Zur Abgrenzung von anderen Formen und Techniken öffentlicher Kommunikation (z.B. Rundfunk) wird der Definition die Fixierung in Wort und Schrift als Merkmal beigelegt (vgl. UENK/LAARMANN 1992, S. 17).

Eine Tageszeitung hat die Aufgabe, die Bevölkerung zu informieren, Ereignisse zu kommentieren und zu analysieren. Sie ist somit sehr wichtig für die tägliche Informationsverbreitung und damit für die Meinungsbildung in der Gesellschaft. Die Tagespresse ist traditionell ein „nationales“ Medium, bedingt durch die Gebundenheit der gedruckten Sprache, des mechanischen Vertriebes und der gesetzlichen Regelungen. Infolge dessen bildeten die Landesgrenzen für dieses Medium ein Verbreitungshindernis und waren auch so gut wie ausschließlich in nationalen Besitz. Bedingt durch die Globalisierung und den damit verbundenen freien Marktwirtschaft änderte sich dieser Zustand in den letzten Jahren zunehmend (vgl. WILKE 2002, S. 417).

Ein anderer Ansatz des Begriffes Tageszeitung hebt ihre „Doppelnatur“ hervor. Damit ist die Tageszeitung einerseits als Informationsträger mit kultureller und politischer Funktion, andererseits als Werbeträger mit wirtschaftlichen Zielen gemeint. Dementsprechend müssen die Interessen der Leser von denen der Inserenten unterschieden werden. Dieser Unterschied wird in der Unterteilung der Erlöse einer Tageszeitung deutlich. So geht man von Erlösen aus dem Verkauf und Anzeigenerlösen aus. Aus dieser Situation heraus ergibt sich ein wesentliches Merkmal der Zeitung: Die Kollision von öffentlichen und privaten Interessen. Die saubere Trennung von redaktionellen Beiträgen und Werbung bzw. deren Vermischung gilt als ein Schlüsselproblem der Zeitung (vgl. FAULSTICH 1998, S. 362).

### **1.1.2 Inhaltsstruktur und Typologie der Tageszeitung**

Die fünf wichtigsten und klassischen Ressorts einer Tageszeitung sind Politik, Wirtschaft, Kultur, Lokales und Sport, dazu kommen heute oft noch die Wissenschaft, Reise, Unterhaltung und weiteres. Die Darstellung erfolgt in Form von Nachrichten und Kommentaren die durch den Einsatz von Bildern unterstützt werden.

Häufig weist der Leitartikel auf das *politische Ressort* einer Tageszeitung hin. Das Wissen zum *politischen Ressort* wird aus Berichten und Nachrichten der Korrespondenten einer Tageszeitung geschöpft. Aus der Vielfalt von Informationen wird eine Auswahl getroffen und dem Leser in einer verständlichen Form angeboten.

Zum *Wirtschaftsressort* einer Tageszeitung gehören Berichte über regional und überregional bedeutende Unternehmen, Börsenkurse, sowie die Darstellung von Markttendenzen. Wirtschaftredakteure haben die Aufgabe, in ihrer Berichterstattung die komplexe Thematik des Wirtschaftsgeschehens für den Leser verständlich aufzubereiten.

Die Berichterstattung über *Sport* ist mittlerweile ein fester Bestandteil einer Tageszeitung. In Anbetracht der Konkurrenz anderer Medien, wie dem Rundfunk, Fernsehen und Internet müssen Sportredakteure den Leser möglichst schnell über die Geschehen und Ereignisse im Sportbereich unterrichten.

Das *Feuilleton* ist der kulturelle Bestandteil einer Tageszeitung. *Feuilletons* sind meistens in überregionalen Tageszeitungen anzutreffen, die über eine eigene Kulturredaktion verfügen. Der Feuilletonist berichtet aus dem Bereichen des geistigen Lebens, wie z.B. des Theater- und Literaturschaffens, Kunst und Kultur. Zum Feuilleton gehören ebenso Kritiken über das Kulturgeschehen.

Das *Lokal-Ressort* wird je nach Tageszeitungstyp in den Vordergrund gestellt. Bei regionalen Zeitungen spielt der Lokalteil eine ausschlaggebende Rolle. Überregionale Tageszeitungen in Polen bieten eine regionale bzw. lokale Beilage an, die zusätzlich zum allgemeinen Tagesgeschehen, einen umfassenden Blick über das tägliche Geschehen in der engeren Region bietet. (vgl. UENK/LAARMANN 1992, S. 21 f)

Je nach Verbreitungsgebiet unterscheidet man in der Tagespresse Lokal- und Regionalzeitungen von überregionalen Blättern.

*Überregionale Presse* unterscheidet sich aufgrund ihrer Reichweite von der Regional- und Lokalen Presse. Überregionale Ausgaben sind auf unterschiedliche Marktsegmente ausgelegt, die keinen regionalen bzw. lokalen Bezug aufweisen. Zu den Hauptaufgaben der überregionalen Presse gehört die Berichterstattung über aktuelle nationale und internationale Ereignisse.

*Regionale Presse* deckt in erster Linie Großstädte und größere Gebiete ab. Regionale Blätter informieren über Ereignisse in der Region, Stadt oder Stadtteil. In diesem Zusammenhang haben sie eine kulturschaffende, identitätsstiftende und meinungsbildende Bedeutung. Dies soll dem Leser eine gewisse Nähe und Engagement in eigener Sache vermitteln. (vgl. FAULSTICH 1998, S. 364).

### 1.1.3 Nutzung und Produktion von Tageszeitungsinhalten

Die Geschichte des Zeitungslesens reicht von anfänglichen Vorlesen in Lesekabinetten des 18. Jahrhunderts bis zum extensiven und selektiven Lesen und Durchblättern der Zeitung heutzutage. Im Laufe der 60er Jahre, nach der Einführung des Fernsehapparates, wurde zunehmend weniger Zeitung gelesen. Allerdings hat sich die Nutzung der Tageszeitungen im Laufe der Zeit in Konkurrenz zum Radio und Fernsehen stabilisiert, wobei in den 90er Jahren wieder ein allgemeiner Nutzungsrückgang durch die Einführung der neuen Medien zu verzeichnen war (vgl. FAULSTICH 1998, S.374).

Tageszeitungen sind auf verschiedene Bevölkerungsschichten zugeschnitten und außer den elektronischen Medien, das einzige Kommunikationsforum, welches gleichzeitig unterschiedliche gesellschaftlichen Gruppen erreicht. Dieses wird durch aktuelle Reichweiten der Zeitungen in den soziodemographischen Gruppen gezeigt. Durch das universelle Themenspektrum wird im Gegensatz zu Spezial-Interest Titeln der Leser nicht nur mit Themen versorgt, die den Leser interessieren, sondern auch mit Informationen und Bereichen, über die er in der Regel kaum etwas erfahren würde (vgl. KOSCHNICK 2007).

Allgemein wird Lesern von Tageszeitungen eine höhere Schulbildung und ein über dem Bevölkerungsdurchschnitt liegendes Einkommen zugeschrieben. Insbesondere weisen überregionale Tageszeitungen die Merkmale dieses Zielgruppenmediums auf. Das Lesen der Tageszeitung erfolgt eher konzentriert bis aufmerksam. Der Konzentrationsgrad mit dem sich der Nutzer einem Medium widmet, entscheidet auch über dessen Wirkungsmöglichkeiten. So wird die Tageszeitung für Werbetreibende interessant, weil sie als Werbeträger die Chancen auf die Wirkung der Werbung verbessert (vgl. EBENDA).

Der Inhalt einer Tageszeitung entsteht in der Zeitungsredaktion, die sich im Prinzip dreier verschiedener Quellen bedient:

1. der Nachrichtenagenturen
2. Verlautbarungen der Außendarstellung
3. eigener Recherchen

Je nach Redaktion und Profil einer Tageszeitung variiert der Nutzungsanteil und Grad der Quellennutzung (vgl. FAULSTICH 1998, S. 370 f). So nutzen Qualitätsblätter für ihre Berichterstattung zum größten Teil eigene Recherchen, was aber eher als eine Ausnahme gilt, denn die meisten Blätter bedienen sich schon vorgefertigter Texte die auf dem Informationsmarkt angeboten werden, um sie dann zielgruppengerecht aufbereiten zu können. Dies ist weniger kosten- und zeitaufwendig als eigene Recherchen. Zu solchen Textanbietern auf den Informationsmarkt gehören Nachrichtenagenturen, die ihre Produkte, - also Nachrichten aller Art, Redaktionen gegen eine Gebühr anbieten.

Zu solchen Informationslieferanten gehören auf dem polnischen Informationsmarkt sind die *PAP – Polska agencja prasowa* (polnische Presseagentur), *Akpa Polska Press*, *Press Service* und der britische *Reuters Polska* Ableger. Eine große Bedeutung haben



Verlautbarungen der Regierung, Behörden, Verbänden, Wojewodschaften<sup>1</sup>, der katholischen Kirche und zahlreichen kommerziellen Unternehmen, die sehr häufig veröffentlicht werden und in den meisten Fällen der Außendarstellung der Interessenten dienen(vgl. BIALA 2007).

## 1.2 Zum Begriff der Transformation

Ein grundlegender Begriff der vorliegenden Arbeit ist der Transformationsprozeß dem die polnische Tagespresse seit dem Umbruch im Jahre 1989 unterliegt. Die Begriffsklärung der Transformation erscheint an dieser Stelle besonders schwierig, weil dieser bislang im Medien- und Informationswissenschaftlichen Kontext kaum diskutiert wurde. Deswegen erscheint zunächst eine interdisziplinäre Annäherung zum Begriff wichtig. Das Aufzeigen der Ansätze der Transformationsforschung soll den bisherigen Forschungsstand an der Abgrenzung postkommunistischer Übergänge thematisieren. Zum Schluß werden unterschiedliche Forschungsansätze zur Frage der Transformation in den Medien veranschaulicht, um sie als Orientierungsrahmen für den weiteren Verlauf der vorliegenden Untersuchung zu verwenden.

### 1.2.1 Was bedeutet Transformation?

Den Begriff der *Transformation* definiert MERKEL (1999) als Oberbegriff aller Formen, Zeitstrukturen und Aspekte des Systemwandels und Systemwechsels. Der Begriff der *Systemtransformation* wird in der Fachliteratur als Oberbegriff aller Aspekte der Veränderung eines Systems und seiner Subsysteme verstanden (vgl. SANDSCHNEIDER 1995, S. 38). Die Politikwissenschaftlerin Christiane FRANTZ (2000) definiert Transformation als eine ständige und notwendige Anpassung eines Systems an die von innen und außen einwirkenden Einflüsse mit dem Ziel, ein stabiles Systemgleichgewicht herzustellen.

Der Prozeß des Systemwandels postkommunistischer Länder Mittel- und Osteuropas, der sich seit 1988 angebahnt hat, warf eine Menge Fragen zur Definition dieses Wandels auf. Begriffe wie: Systemwandel, Systemwechsel, Umbruch, Reform, Umgestaltung, Übergang, Zusammenbruch, Transition, Transformation, Modernisierung und Liberalisierung sind nur wenige Beispiele des Terminologieschungels, die zur Beschreibung der Ereignisse und Prozesse in der Fachdiskussion verwendet wurden (vgl. HADAMIK 2003, S.14). Da die Ansätze der Transformationsforschung ihre Wurzeln in den Politik- und Sozialwissenschaften haben, werden im Folgenden fachspezifische Auffassungen des Begriffes erläutert:

---

<sup>1</sup> Wjewodschaften bezeichnen die Regierungsbezirke in Polen, vergleichbar mit den Bundesstaaten. Gegenwärtig ist Polen in 16 Wojewodschaften unterteilt.

In den Politikwissenschaften werden vier Unterbegriffe der Systemtransformation differenziert: *Systemwandel*, *Systemwechsel*, *Transition* und *Transformation* (vgl. MERKEL 1999, S. 74ff). Unter dem Begriff *Systemwandel* versteht man den Beginn einer Veränderung grundlegender Funktionsweisen und Strukturen eines Systems. Für einen *Systemwechsel* ist die grundsätzliche Veränderung der Herrschaftsstruktur eines Systems entscheidend. *Transition* bzw. *Transitiòn* kommt aus dem Englischen bzw. Spanischen und bedeutet „Übergang“. So wird der Begriff fast ausschließlich zur Bezeichnung des Überganges von autokratischen zu demokratischen Systemen gebraucht.

Die Sozialwissenschaften sehen den sozialen Wandel als einen Hauptaspekt der Transformation an (vgl. WEYMANN 1998, S. 14). Der soziale Wandel wird in der Soziologie als Veränderung in der Struktur eines Gesellschaftssystems definiert. Die Begriffe der *Transition* und *Transformation* werden häufig in den Sozialwissenschaften synonym verwendet. Der Begriff *Transition* wird auch als der Terminus für den grundlegenden institutionellen Wandel in postkommunistischen Ländern aufgefasst (vgl. HADAMIK 2003, 15).

### 1.2.2 Ansätze der Transformationsforschung

Die theorieorientierte Transformationsforschung läßt sich auf die 50er und 60er Jahre zurückführen. Die ersten theoretischen Ansätze wurden vorwiegend durch die Sozial – und Politikwissenschaften entwickelt. Die Theoriebildung prägten der Sozialwissenschaftler Talcott Parsons und die Politikwissenschaftler Seymour Martin Lipset, Barrington Moore und Samuel P. Huntington.<sup>2</sup> Im Laufe der 80er Jahre wurden erste theoretische Standards zur Transformationsforschung von Phillippe C. Schmitter und Adam Przeworski gesetzt.<sup>3</sup> Erst im Laufe der 90er Jahre kam es zu einer gleichgewichtigen Koexistenz der System-, Struktur-, und Akteurstheoretischer Ansätzen (vgl. MERKEL 1999, S. 77). Gegenwärtig kann man in der Transformationsforschung noch nicht von einer umfassenden Theorie der Transformation ausgehen, jedoch lassen sich vier Theoriestränge erkennen: System-, Struktur-, Kultur-, und Akteurstheorien.

Die *System-* und *Strukturtheorien* setzen strukturelle Rahmenbedingungen, wie Aspekte der Wirtschaft, das Staates und Gesellschaft als entscheidende Faktoren für die Transformation voraus, während *Akteurstheorien* von Gestaltungsmöglichkeiten des Handelns der Akteure

---

<sup>2</sup> Werke die Theoriebildung der Transformationsforschung beigetragen haben sind u.a.: Parsons, Talcott: *The sozial System*, New York 1951, Lipset, Martin Seymour: *Some sozial Requisesof Demokratyc: Economic Developement and Political Legitimacy* In: *American Political Sience Review* (53) S. 69-105, Moore Barrington: *Soziale Ursprünge von Diktatur und Demokratie*, Frankfurt a.M., 1969, Huntington, Samuel P.: *Political Orders in changing Society*, New Haven/London, 1968.

<sup>3</sup> Theoretische Standards zur Transformationsforschung wurden von folgenden Werken geprägt: Schmitter, Phillippe C.: *The Consolidation of Political Democratisies in Southern Europe (and Latin America)*, Florenz (unveröffentl. Ms), 1985, Przeworski, Adam: *Some Problems in the Study of the Transition to Democracy*. In: O'Donnel Guillermo/Schmitter, Philippe C./Whitehead, Lawrence (Hrsg.): *Transition fromAuthoritarian Rule, Comparative Perspectives*. S. 47 - 63

ausgehen und dadurch einen Gegenpol bilden. Der *kulturorientierte* Ansatz betont die Religion und Kultur (vgl. PREDIGER 2007, S. 3).

Die Frage nach der Bedeutung der Medien für die Transformation nimmt in der Transformationsforschung eine wissenschaftliche Nischenposition ein. So findet man in medienwissenschaftlichen Untersuchungen nur wenige Ansätze zum Thema., *Obgleich herausragende Traditionen für die Analyse spezifischer Entwicklungen in diesem Feld entstanden sind, fehlt es bislang an einem Gesamtkonzept. Insgesamt mangelt es sowohl an einem tragfähigen konzeptionellen Unterbau als auch an kumulativer empirischer Forschung über die den Wandel steuernden Prozesse.*“ (BLUMLER 1997, S. 16)

Nach HRIBAL (2003) bedarf es der Zusammenführung transformationstheoretischer und medienwissenschaftlicher Ansätze neben der Vergleichbarkeit und Generalisierbarkeit der zu untersuchenden Merkmale. Um gesellschaftliche Bedingungen zu klären, könnte mit einem Bezug des Demokratisierungsprozess auf Medienstrukturen Klarheit geschaffen werden. Um den Demokratisierungsgrad der Mediensysteme zu klären, gilt es abzuschätzen, inwiefern die Chancen der freien Meinungsbildung und der Herstellung von Öffentlichkeit gefördert werden.

### **1.2.3 Merkmale und Charakteristika postkommunistischer Übergänge**

Die Ansätze der Untersuchungen postkommunistischer Übergänge orientierten sich zunächst an der Transitionsforschung lateinamerikanischer und südeuropäischer Länder. Relativ schnell wurde dabei festgestellt, daß sich die Erkenntnisse der Transitionsforschung jedoch nicht oder nur sehr begrenzt auf die Transformationsforschung postkommunistischer Länder übertragen läßt (vgl. HADAMIK 2003, S.22). So gilt z.B. als charakteristisches Merkmal der postkommunistischer Länder, daß die Umbrüche nicht nur die politische Ordnung – im Gegensatz zu Lateinamerika und Südeuropa, - sondern auch wirtschaftliche Strukturen und gesellschaftliche Mentalitäten umfassen (vgl. MERKEL 1999, S. 73).

Der Politikwissenschaftler und Osteuropa Kenner Klaus von Beyme (1994, S. 16f) bilanzierte über eine einheitliche Transformationstheorie Osteuropas skeptisch. Diese Feststellung wurde jedoch nicht als ein abschließendes Urteil aufgefasst, sondern als eine wichtige Stellungnahme in einer Diskussion, die immer noch im Gange ist betrachtet (vgl. SEGERT 1996). Trotz dieser Bilanz wurden verschiedene interessante Ansätze in den einzelnen wissenschaftlichen Disziplinen entwickelt, die spezifische Aspekte der Transformation beleuchten. Unterschiede findet man zwischen theoretischen Ansätzen, die allgemein den Merkmalen der Transformation, Prozessen und Charakteristika Postkommunistischer Länder gewidmet sind, und Ansätzen die sich im Detail mit Unterschieden spezifischer Transformationspfade einzelner mittel – und osteuropäischer Länder auseinandersetzen (vgl. JAKUBOWICZ 2003, S.7). Neben der interdisziplinären Vielfalt sind folgende Ansätze der Transformationsforschung für den Aufbau der vorliegenden Untersuchung von besonderem Interesse, weil sie sich speziell auf die Übertragung von Mediensystemen eignen.

Der erste Ansatz orientiert sich an der Systemtheorie der Politikwissenschaften und unterteilt die Phasen des Überganges eines alten Systems in ein neues. Nach MERKEL (1999) werden drei Phasen des Übergangs zwischen dem alten und neuen System unterschieden:

1. Ende des autokratischen Regimes
2. Institutionalisierung der Demokratie
3. Konsolidierung der Demokratie

Die Phase der *Auflösung des autokratischen Regimes* beschreibt den Beginn der Systemtransformation bzw. die Endphase des autoritären oder totalitären Systems. Dabei wird hauptsächlich zwischen *a. Ursachen, die das Ende der autoritären Systeme bewirken* und *b. Verlaufsformen der Auflösung der autokratischen Systeme* unterschieden. Wobei bei den Ursachen speziell auf systeminterne und systemexterne Ursachen eingegangen wird (vgl. MERKEL 1999, S.123 f).

Die Phase der *Institutionalisierung der Demokratie* tritt ein, wenn alte Normen und Institutionen nicht mehr oder nur noch zum Teil Geltung besitzen. Neue Institutionen und Regeln wurden teilweise oder noch nicht etabliert. Dabei spielt die Art der Regierungsbildung und die Art der Gestaltung einer Verfassung eine wichtige Rolle. Letztendlich führt die Verabschiedung dieser Verfassung zu der letzten Phase des Systemwechsels.

Die Phase der *Konsolidierung der Demokratie* bezeichnet die Verabschiedung einer Verfassung oder die Revision der alten Verfassung aus. Zentrale politische Institutionen, wie das Parlament, Regierung, Staatspräsident und Justiz sind schon etabliert und der Zustand der Normunsicherheit ist beendet.

Der Politologe Charles GATI (1996, S. 6) entwickelt ein Kategorienschema, welches drei unterschiedliche Gruppen von postkommunistischen Ländern differenziert:

1. Die sieben Vorreiter/*leaders* (Tschechien, Polen, Ungarn, Slowenien, Estland, Lettland, Litauen)
2. Die zwölf Nachzügler/*laggards* (Slowakei, Albanien, Bulgarien, Rumänien, Kroatien, Serbien, Bosnien-Herzegowina, Mazedonien, Russland, Ukraine, Moldawien, Weißrussland)
3. Die acht Verlierer/*losers* (Armenien, Aserbaidshan, Georgien, Kasachstan, Kirgisien, Tadschikistan, Turkmenistan, Usbekistan).

Als *Vorreiter* wird diejenige Ländergruppe bezeichnet, die sich durch politische und wirtschaftliche Reformen besonders auszeichneten, gefolgt von den Nachzüglern, wo sowohl eine Art von Reorganisation erkennbar, als auch Reformbarrieren anzutreffen waren. Schließlich sind für die *Verlierer*-Ländergruppe eines autoritären Regimes und die Verwendung von Repressalien charakteristisch.

Dieser theoretische Ansatz soll die unterschiedlichen Entwicklungen postkommunistischer Länder hervorheben. Wie tief und in welcher Weise der Kommunismus die Gesellschaft geprägt hat, wie das allgemeine wirtschaftliche Niveau und das Ausmaß der Reform-Maßnahmen nach 1989 war oder inwieweit der Demokratiedanke in der Kulturtradition verwurzelt ist, sind nur einige Aspekte, die zur dieser unterschiedlichen Entwicklung beigetragen haben (vgl. HADAMIK 2003, S. 32).

Der dritte Ansatz, der sich besonders in den Untersuchungen des polnischen Ökonomen Leszek Balcerowicz widerspiegelt, berücksichtigt sowohl die soziokulturelle als auch die institutionelle Perspektive, wobei BALCEROWICZ (1995) drei institutionsbezogene Kategorien entwickelt:

1. Der gesetzliche Rahmen und seine Bestandteile
2. Institutionelle Strukturen, so genannte Organisationen mit vorformulierten Zielen und interner Hierarchie
3. Die institutionelle Bestimmung sozialer Mechanismen: z.B. demokratische Wahlen und damit zusammenhängende politische Parteien oder die Bedingungen des freien Marktes, welcher einerseits die ökonomische Liberalisierung anstrebt und durch die Eroberung neuer Infrastrukturen den gesetzlichen Rahmen bestimmt

Der institutionelle Ansatz scheint besonders für die Untersuchung der Rolle der Medien im Transformationsprozeß geeignet. Dabei werden „freie Medien“ nicht unbedingt mit dem Begriff „demokratische Medien“ gleichgesetzt. Vielmehr betont Balcerowicz die Aufgabe der Politik eine Demokratisierung der Medien anhand von Regelungen umzusetzen (vgl. JAKUBOWICZ 2003, S. 23).

#### **1.2.4 Forschungsansätze zur Transformation in den Medien**

Der Wandel der Medien im Transformationsprozeß wird von einigen Wissenschaftlern einerseits als ein Motor der Transformation verstanden ohne den der Prozeß des Wandels überhaupt nicht möglich wäre, andererseits tauchen an dieser Stelle Fragen auf in wieweit die Medienentwicklung den Prozeß beeinflusst. (vgl. THOMAS/TZANKOFF 2001, S. 249) Um diesen Fragen nachgehen zu können bedarf es verschiedener Forschungsansätze der Medienwissenschaften und einer klaren Zuordnung der Rolle der Medien im Transformationsprozeß.

Der erste Ansatz ergibt sich aus der These, daß der Übergang eines totalitären in ein demokratisches System eine Änderung der Informations- – und Ideologiesphäre beinhaltet. Der Wandel der Kommunikationsweise spielt an dieser Stelle eine ausschlaggebende Rolle.

*“The transition from a totalitarian society to a civil one involves a radical change in the informational and ideological sphere. [...] a mechanism of competition between messages is formed, instead of the former centralized information distribution mechanism. Naturally, mass media are exactly in the centre of these fundamental transformations.”*(PRYLIUK, 1993, S. 277) Bei diesem deskriptiven/beschreibenden Ansatz werden zuerst Unterschiede

von demokratischen Kommunikationsmodellen und Mediensystemen untersucht, um Aspekte der Änderung herausbilden zu können. Mit Berücksichtigung dieser Aspekte werden dann ausschlaggebende Faktoren herausgebildet, die dann zu einer Neudefinition des Mediensystems führen.

Ein anderes Element des beschreibenden Ansatzes geht von den Funktionen der Medien in einer demokratischen Gesellschaft aus und untersucht die Medien in dieser Hinsicht. Die Funktionen der Medien werden an dieser Stelle als ein Beschleuniger des Wandels auf der gesellschaftlichen und politischen, institutionellen und ökonomischen Ebene angesehen. So kategorisiert der deutsche Soziologe Jürgen Habermann die Funktionen die Medien in einem demokratischen System haben sollten (vgl. JAKUBOWICZ 2003, S. 24 ff).

Eine weitere Möglichkeit wird im komparativen Ansatz gesehen, der zwei Zustände gegenüberstellt und sie als Bezugsrahmen für die Untersuchung verwendet. An dieser Stelle nimmt der historische Bezug eine wichtige Rolle ein, indem Mediensysteme vor und nach dem Zusammenbruch des Kommunismus miteinander verglichen werden. Hierbei werden insbesondere die Unterschiede und Gemeinsamkeiten, Kontinuität und Brüche zwischen diesen Zuständen untersucht. Diesen Ansatz findet man insbesondere bei den Untersuchungen des polnischen Medienwissenschaftlers Karol Jakubowicz, der zahlreiche Modelle und Kategorien diesbezüglich entwickelte und in seinen Arbeiten verwendet hat.

Bei dem letzten Ansatz wird die institutionelle Sichtweise, wie im Balcerowicz's Kategorienschema (siehe Kapitel 1.2.3) hervorgehoben. So werden an dieser Stelle zuerst die rechtlichen Rahmenbedingungen geprüft, um daran institutionelle Strukturen zu untersuchen (vgl. JAKUBOWICZ 2003, S. 33).

## ***Kapitel 2 Erläuterungen zur Untersuchungsmethode***

Um die Vorgehensweise der vorliegenden Untersuchung ausführlich zu erläutern, bedarf es einer Einführung zu den Forschungsansätzen welche mit einbezogen werden und sich schließlich in der Untersuchungsmethode widerspiegeln. Das folgende Kapitel soll den Gedankengang der Vorgehensweise verdeutlichen, indem zunächst die Ziele der Arbeit und Fragestellungen formuliert werden, die im Laufe der Untersuchung beantwortet werden sollen. Danach wird der Forschungsansatz und die Methode der Untersuchung vorgestellt, welchen sich im letzten Teil des Kapitels die Ausführung der Literaturlage zur Transformation postkommunistischer Länder anschließt.

## **2. Die Ziele und Fragestellungen der Untersuchung**

Ein Ziel der Diplomarbeit ist die Isolation unterschiedlicher Einflussfaktoren die zum Wandel des polnischen Tageszeitungsmarktes beigetragen haben. Ein weiteres Ziel ist der Versuch, durch die Entwicklung dieses Systematisierungsschemas die Beziehungen und Einflüsse, die zum Wandel der Tagespresse beigetragen haben, zusammenfassend in form von Modellen darzustellen. Dabei sollen folgende Fragestellungen beantwortet werden:

- Welche Faktoren beeinflussen den Transformationsprozeß von Außen und welche aus dem Landesinneren heraus?
- Wo besteht ein Konsens und wo Diskrepanzen zwischen der westlichen und polnischen Sichtweise zum Transformationsprozeß der Tagespresse?

Diese Fragestellung erscheint sinnvoll um Zusammenhänge in einem Transformationsprozeß darzustellen und die Interessen der beteiligten Akteure dabei zu verdeutlichen.

### **2.1. Analyse der Struktur, Funktionen und Rahmenbedingungen polnischer Tageszeitungen**

Die vorliegende Arbeit orientiert sich hauptsächlich an den Thesen des Forschungsstandes zur Transformation in den Medien, welche im Kapitel 1.2.4 erläutert wurden. Die besondere Schwierigkeit des Untersuchungsansatzes des vorliegenden Themas liegt in dem Mangel einer umfassenden Transformationstheorie, die als Orientierungsrahmen dienen könnte. Die Autorin unternimmt an dieser Stelle den Versuch, Ansätze miteinander zu kombinieren, die sich vorwiegend mit der Zuordnung der Rolle von Medien in einer Transformation beschäftigen. Dabei spielt der deskriptive Ansatz eine Rolle, der die Aufgabe hat die Funktion der Medien zu bestimmen, der komparative Ansatz der den historischen Kontext mitberücksichtigt und der institutionelle Ansatz um den Rahmen der Transformation zu definieren.

Die Ansätze werden in der Beschreibung der Struktur der polnischen Tagespresse deutlich, die den historischen Kontext mit einbezieht. Der institutionelle Ansatz wird in der Analyse der Rahmenbedingungen der Transformation verwirklicht. Um einen umfassenden Überblick über die Rahmenbedingungen zu ermöglichen, werden dabei medienpolitische, ökonomische und kulturelle Aspekte des Wandels berücksichtigt.

### **2.2. Methodische Vorgehensweise bei der Untersuchung**

Die Komplexität des Informationssektors wird reduziert, indem der Sektor der Tagespresse in der vorliegenden Arbeit fokussiert wird. Positionen und Wertungen aus der Medien- und Presseforschung sollen gesammelt, komprimiert, miteinander verglichen und kategorisiert werden. Die Auswertung erfolgt zunächst durch eine Analyse von Fachpresseartikeln, fachrelevanter Literatur und themabezogenen Artikeln der polnischen und deutschen

Tagespresse. Die Auswahl der Autoren wird aus der Relevanz der Veröffentlichungen deutlich, die zum Forschungsfortschritt im Bezug auf die Medientransformation in Mittel- und Osteuropa beigetragen haben. Aus diesen Texten sollen unterschiedliche Einflußfaktoren auf den Transformationsprozeß der polnischen Tagespresse isoliert, in ein Kategorienschema eingebettet und zusammengefasst werden, um Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten von Positionen der Medienwissenschaft darzulegen.

Das Kategorienschema für die Einbettung medienwissenschaftlicher Positionen wird von der Autorin eigenständig entwickelt, wobei das Untersuchungsergebnis graphisch in Form von Modellen dargestellt wird. Das Schema soll in erster Linie strukturelle Faktoren der Transformation beinhalten und zugleich die Beeinflussung der relevanten Akteure auf den Tageszeitungsmarkt berücksichtigen. Es soll als eine Grundlage zur Isolation der externen und internen Einflußfaktoren gesehen werden. Als Ergebnis soll der Beitrag dieser Einflußfaktoren auf die Transformation verdeutlicht werden. Dieses wird in einem Modell aufgezeigt und an einem Modell, das die Beziehungsverflechtungen der Akteure des polnischen Tagespressemarktes darstellt.

### **2.3 Literatur zur Transformation von Mediensystemen in Mittel- und Osteuropa**

Die Basis für die Analyse von Transformationsprozessen bieten in der deutschsprachigen Fachliteratur vor allem Grundwerke des Heidelberger Politikwissenschaftler Wolfgang Merkel (1999) und des Politologen Klaus von Beyme (1994), der seinen Forschungsschwerpunkt auf die ehemaligen Ostblockstaaten gelegt und zahlreiche Publikationen zum Thema veröffentlicht hat.

Als Grundlagenliteratur zur Medientransformation in Polen dient das Sammelwerk des Erich Brost-Institutes in Dortmund: „Medientransformation und Journalismus in Polen 1989 – 1996“, welches aus der Zusammenarbeit deutscher und polnischer Medienwissenschaftler entstanden ist. Die Sammlung der Untersuchungen in diesem Werk stellt international eine erste umfassende Bestandsaufnahme des Transformationsprozesses in Polen dar und dient in der polnischen Version als Grundlagenwerk für journalistische Studiengänge in Polen. Einen weiteren Schwerpunkt zum Thema bietet auch die Dissertation von Katharina Hadamik (2003), welche ebenfalls als Novum auf dem Gebiet in der deutschsprachigen Fachliteratur angesehen wird. Diese Dissertation verknüpft die Ansätze der Transformationsforschung mit medienwissenschaftlicher Betrachtungsweise und bietet erstmals eine detaillierte Analyse des Transformations- und Entwicklungsprozesses in den polnischen Medien. Ergänzt werden diese Werke von Publikationen zur Transformation mittel- und osteuropäischer Mediensysteme der beiden Journalistinnen und Medienforscherinnen Barbara Thomas und Michaela Tzankoff (2001). In der polnischen Literatur spielen vor allem Publikationen des polnischen Medienexperten Karol Jakubowicz (1992, 1996, 1997a, 1997b, 2003) eine Rolle, der zahlreiche Publikationen und Fachartikel zum Thema des Wandels von Mediensystemen in Mitteleuropa veröffentlicht hat. Ebenfalls wichtig erscheinen Publikationen der polnischen Presseforscher des Institutes für Presseforschung in Krakau, die sich im Detail mit dem



Wandel oder mit einzelnen Aspekten des Wandels in der Presse beschäftigen. Diese werden mit zahlreichen Artikeln der polnischen Fachpresse, aktueller Tagespresse sowie polnischen medienwissenschaftlichen Publikationen ergänzt.

Allgemein läßt sich zur Literaturlage sagen, daß die deutschsprachige Literatur nicht viele Veröffentlichungen zum Thema der Medientransformation in Mittel- und Osteuropa bietet, trotzdem aber durch ihre Standardwerke einen guten Einstieg in die Thematik ermöglicht. Englischsprachige Literatur bietet ebenfalls vereinzelt Ansätze zu Demokratisierungsprozessen in postkommunistischen Ländern und wird als eine Ergänzung herangezogen, wobei einige polnische Wissenschaftler auch in englischer Sprache publizieren. Die polnischsprachige Literatur hat aufgrund ihres direkten Bezuges zur Problematik auch ein dementsprechend vielfältigeres Angebot in der Fachliteratur zum Thema.

### ***Kapitel 3 Überblick und der historische Kontext der polnischen Tagespresse***

Um einen Einstieg in die Problematik zu erleichtern, ist es unabdingbar die Entwicklung der Tageszeitungslandschaft im historischen Kontext darzustellen. Viele Ereignisse und Entwicklungen, die vor dem politischen Wendepunkt im Jahre 1989 stattgefunden haben, dienten als Basis für den weiteren Wandel in der polnischen Presselandschaft und den spezifischen Transformationspfad der polnischen Presse. Als Ausgangspunkt wird der Wiederaufbau des Pressewesens nach dem 2. Weltkrieg erläutert, die Instrumentalisierung der Presse von der kommunistischen Partei als Propagandaorgan aufgezeigt und schließlich die Bedeutung der *Solidarnosc* Gewerkschaft und ihrer Publikationstätigkeit, die auch letztendlich zum Zusammenbruch des kommunistischen Systems in Polen führte, näher beleuchtet. Drei Ereignisse, welche im zweiten Teil des folgenden Kapitels erläutert werden, haben den Wandel der Presse besonders beeinflußt. Wie sich diese Ereignisse auf den Tageszeitungsmarkt auswirkten, zeigt die Darstellung der Tageszeitungslandschaft zum gegenwärtigen Zeitpunkt, welche im letzten Teil des Kapitels aufgefächert wird.

#### **3.1 Die Tagespresse in der Volksrepublik Polen (1945 – 1989)**

Die Kluft zwischen dem Angebot auf dem polnischen Pressemarkt in der kommunistischen Ära und dem gegenwärtigen Tageszeitungsangebot, ist nur schwer vorstellbar ohne den historischen Hintergrund des Pressewesens in der kommunistischen Phase Polens mit einzubeziehen. Das folgende Kapitel erläutert den historischen Kontext, indem zunächst die Presselandschaft nach dem 2. Weltkrieg und die Funktion der Presse als Propagandaorgan näher beleuchtet werden. Der rechtliche Rahmen, staatseigene Organe und die

Untergrundorganisationen, die letztendlich zum Zusammenbruch führten werden im letzten Teil des Kapitels aufgezeigt.

### **3.1.1 Der Wiederaufbau des Pressewesens nach dem 2. Weltkrieg**

Die Geburtstunde der Nachkriegspresse kennzeichnet die erste Ausgabe der Tageszeitung *Rzeczpospolita* (die Republik), die noch während des 2. Weltkrieges am 23. Juni 1944 gegründet wurde. Sie enthielt das *Manifest des polnischen Komitees der nationalen Befreiung* (Polski Komitet Wolnisci Narodowej -PKWN). Nach dem 2. Weltkrieg stand der Wiederaufbau des völlig zerstörten Pressewesens an erster Stelle. Die Nachkriegspresselandschaft Polens zeichnete sich durch eine relativ große Vielfalt aus. Es erschienen zahlreiche Zeitungen und Zeitschriften verschiedener Parteien, Organisationen und Verbände. In dieser Zeit galt die Presse als Sprachrohr und Spiegel der Meinungen in der Gesellschaft (vgl. DLUGOSCH 1970, S. 51 ff).

Die kommunistische Partei war von Anfang an darauf bedacht, sich eine herrschende Stellung in der Presse zu sichern. für die Partei war die Presse ein unentbehrliches Mittel zur Gestaltung der neuen Wirklichkeit (vgl. EBENDA, S. 54). Als Vorstoß der Lenkung und Kontrolle der kommunistischen Partei wird die Gründung der Verlagsgenossenschaft *Czytelnik* (der Leser) durch den *Landes National Rat* (Krajowa Rada Narodowa -KRN) angesehen. Die Genossenschaft wurde am 15. Oktober 1945 gegründet. Im Laufe des Jahres 1945 begann das Presseinstitut *Czytelnik* mit der Herausgabe einer Reihe neuer Tageszeitungen. Bei den Neugründungen handelte es sich um regionale Blätter, herausgegeben in den Hauptstädten der Wojewodschaften. Ende des Jahres 1945 erschienen im *Czytelnik* Verlag insgesamt 11 Tageszeitungen (vgl. EBENDA, S. 58). Die monatliche Gesamtauflage der *Czytelnik* Zeitungen stieg von ca. 12 Millionen Exemplare im Jahre 1945 auf 38 Millionen im Jahre 1948 an. So erschienen 1948 schon 800 unterschiedliche Ausgaben des Verlages, die in Warschau publiziert wurden (vgl. HADAMIK 2003, S. 85). Bereits im Jahre 1946 gingen die Zensurämter über ihre traditionellen Beeinflussungsformen hinaus und begannen „unerwünschte“ Teile oder ganze Texte aus den Artikeln herauszustreichen und den Redaktionen „richtige“ Formulierungen vorzuschlagen. Zu der Kontrolle gehörte nicht nur die Zensur der Texte, auch das System der Papierzuteilung gehörte zu den Aufgaben der Kontrollinstitutionen. In Anbetracht der Kriegszerstörungen war der Papiermangel in anderen europäischen Ländern zwar auch ein Problem, in Polen wurde dieses Problem jedoch in den Händen der Administration als ein politisches Instrument genutzt (vgl. PACZKOWSKI 1997, S. 26).

Anfangs hatte die kommunistische Partei in dieser Phase eine zwiespältige Haltung zu Medien eingenommen. Einerseits war sie sehr bemüht, die Kontrolle über die Medien zu sichern und einen Propagandaapparat aufzubauen, andererseits zeigte sie in der Anfangsphase besondere Zurückhaltung bei der Proklamation ihrer politischen Ziele. Nach Außen zeigte sie sich verhältnismäßig demokratisch und liberal. Dieser liberale, und unabhängige Charakter der *Czytelnik* Ausgaben hatte die Funktion, Journalisten zur Mitarbeit in der Presse zu bewegen, die grundsätzlich einer Reform nicht ablehnend

gegenüberstanden, aber mit Kommunisten nicht zusammenarbeiten wollten (vgl. DLUGOSCH 1970, S. 61).

Das ermöglichte wiederum ein vielfältiges Bild der damaligen Presselandschaft. Neben der *Czytelnik* Verlagsgenossenschaft gab noch die *Polnische Arbeiter Partei* (Polska Partia Robotnicz -PPR) eigene Zeitungen heraus. Als Organ der PPR Presse erschien seit 1944 die Tageszeitung *Głos Ludu* (Volksstimme). Zur gleichen Zeit sicherte sich die Partei die völlige Verfügungsgewalt über das Zensuramt, welchen auch die Kontrolle über die Druckereien unterlag. Der erste Schritt dabei war der Ausbau eines staatlichen Propaganda- und Informationsapparates. Als nächstes wurde ein *Parteizentrum für Anordnung und Kontrolle* geschaffen im Rahmen der landesweiten Exekutive der Partei (Zentralkomitee). Die Kammer nahm eine Schlüsselposition, die mit Hilfe von staatlichen Institutionen der Presseinfrastruktur auf die gesamte Presse einwirkte (vgl. PACZKOWSKI 1997, S. 27).

Im Mai 1947 wurde schließlich ein eigener zentraler Parteiverlag in Warschau durch die PPR gegründet: Die *Arbeiterverlegergenossenschaft Presse* (Robotnicza Spółdzielna Wydawnicza Prasa -RSW). Am 5. Juli 1946 wurde eine neu geschaffene Zensurbehörde, das *Hauptamt für die Kontrolle der Presse, Publikationen und Veranstaltungen* (Główny Urząd Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk -GUKPPiW) gegründet. Die Gründung dieser Institutionen schränkte das breite Spektrum Schritt für Schritt ein und lenkte den gesamten Medien- und Kulturbereich über Jahrzehnte (vgl. KNOBELSDORF 1991, S. 432).

### 3.1.2 Die Instrumentalisierung der Presse als Propagandaorgan

Der neue politische Kurs, der durch zwei entscheidende Ereignisse geprägt wurde, hatte unmittelbare Auswirkungen auf die Medien. Durch die Ablehnung der von Władysław Gomułka vertretenen, national und pragmatischer Auslegung des Kommunismus im Mai 1948 und des Zusammenschlusses der *Polnischen Vereinigten Arbeiter Partei* (PPR) und der *Polnischen Sozialistischen Partei* (PPS) zur *Polnischen Vereinigten Arbeiter Partei* (PZPR) schlug Polen den Weg einer umfassenden Sowjetisierung des politischen Lebens ein. In dieser Phase stützte sich die Praxis der PZPR auf die totale Kontrolle der Presse und der Journalisten durch den Parteiapparat (vgl. KNOBELSDORF 1991, S. 434).

Im Pressesektor sank die Angebotsvielfalt und die Konzentration der Presse auf die Hauptstadt Warschau nahm deutlich zu. Bereits 1950 dominierte die Parteipresse den Pressemarkt. „Zu Beginn der 50er Jahre verstärkten sich die restriktiven Maßnahmen der Partei, mit denen sie gegen die eigene Presse, gegen Blätter, die durch unorthodoxe und differenzierte Inhalte sich indirekt oder gar direkt der Konzeption einer gleichgeschalteten Presse widersetzen, vorging.“ (DLUGOSCH 1970, S. 88) Publikationen des früheren *Czytelnik* Verlages wurden nun auch von der *Arbeiterverlegergenossenschaft* übernommen. Zu diesem Zeitpunkt wurde die führende Tageszeitung *Rzeczpospolita* eingestellt.

Drei Jahre später, nach dem Tod Stalins und insbesondere nach dem Tod von Bolesław Bierut, dem so genannten *polnischen Stalin* im Jahre 1956 machte sich eine Phase einer weniger repressiven Politik in Polen bemerkbar. Das Angebot der Zeitungen und Zeitschriften wurde zunehmend größer und die Zeitungen öffneten ihre Spalten für Kritik.

Diese Phase dauerte allerdings nur wenige Monate an und es wurde von dem neuen Premier Władysław Gomułka ein zunehmend autoritärer politischer Kurs eingeschlagen. (vgl. HADAMIK 2003, S. 64)

Ein idealer Zustand im Pressewesen aus der Sicht der Partei wurde zwischen den Jahren 1953 – 1955 erreicht: Zeitungen, die nicht Regierungskonform berichteten wurden eingestellt, Journalisten wurden entlassen, von der kommunistischen Partei ausgeschlossen oder in manchen Fällen verhaftet (vgl. VON DELHAES 2000, S. 190).

Zu Anfang der 70er Jahre wurde Władysław Gomułka durch Edward Gierek abgelöst. Dieser Wechsel löste zunächst Hoffnungen bezüglich des positiven Einflusses auf Medien aus, was sich aber bald als Trugschluß herausstellte. Tatsächlich schien durch den inneren Machtwechsel eine Art von Pressefreiheit aufzublühen, was aber nicht von langer Dauer war. Stattdessen wurden die Jahre der Gierekregierung als Höhepunkt der Instrumentalisierung der polnischen Medien durch die kommunistische Partei angesehen. Im Pressebereich wirkte sich das durch eine deutliche Konzentration und Zentralisierung aus. Der Konzentrationsprozeß betraf sowohl die Eigentumsverhältnisse als auch die Presseproduktion (vgl. HADAMIK 2003, S. 93).

Ab Mitte der 70er Jahre wurde die polnische Presse zunehmend uniformer, was das Ergebnis der zentralen Anweisungen für Redaktionsrichtlinien war. Je uniformer der offizielle Charakter der Presse geworden war, so entwickelte sich ebenfalls die Untergrundpresse zunehmend. Das damals im Jahre 1977 entstandene Komitee für gesellschaftliche Selbstverteidigung (*Komitet Samoobrony Społecznej KSS- KOR*) setzte sich zum Ziel eine demokratische Gegenöffentlichkeit aufzubauen. Hierzu zählten unter anderem unzensurierte und kritische Publikationen die von einem Netz neu entstandener Untergrundverlage herausgegeben wurden. Vor allem Arbeiter und Studenten widmeten sich der verbotenen Publikationstätigkeit des „zweiten Umlaufs“ Berichtete wurde vor allem über die illegalen Aktivitäten der *Solidarnosc* Gewerkschaft, in einzelnen Betrieben und Regionen. Einige Blätter zeichneten sich durch ihre antikommunistischen Positionen aus, andere gaben sich ökologisch und pazifistisch (vgl. KOHLER 1989, S. 59).

Ebenfalls entwickelte sich damals die katholische Kirche zu einem Kristallisationspunkt alternativen Denkens. Viele kritische Journalisten, die für sich keine Möglichkeit gesehen haben für die Parteipresse zu arbeiten, publizierten in der Untergrundpresse. Die katholische Presse wurde zwar von der Zensur überwacht und in ihrer Produktion und Verbreitung eingeengt, konnte sich allerdings weitgehend von den Parteivorgaben frei halten (vgl. VON DELHAES 2000, S. 191).

Schließlich brachte der Erfolg der *Solidarnosc* Bewegung im Jahre 1980 bis 1981 die größte Freiheit in den Medien. Während der Verhandlungen zwischen der Regierung der Regierungskommission und den streikenden Arbeitern im Jahre 1980 bestand die Gewerkschaft auf die Meinungs- und Publikationsfreiheit, welche in der polnischen Verfassung zwar verankert war – aber nicht praktiziert wurde. Diese Vereinbarungen eröffneten prinzipiell die Chance das offizielle Mediensystem Polens zu verändern, was in

der Folgezeit allerdings nur bedingt geschah. Trotzdem erlebte die polnische Presse in der Periode der *Solidarnosc* Bewegung ihre größte Unabhängigkeit und Vielfalt seit der Entstehung der Volksrepublik Polen (vgl. HADAMIK 2003, S. 96).

Als eine schwarze Stunde für polnische Medien gilt die Verhängung des Kriegsrechts durch General Wojciech Jaruzelski am 13. Dezember 1983 um Punkt Null Uhr. Eine der ersten Maßnahmen nach Ausrufung dieses Kriegsrechts war die systematische Unterbrechung aller Kommunikations- und Transportwege, dazu gehörte auch die Einstellung der Zeitungsproduktion. Lediglich die Parteizeitung *Trybuna Ludu* (Volkstribüne) und die Armeezeitung *Zolnierz Wolnosci* (Soldat der Freiheit) erschienen damals. Nach der Verhängung des Kriegsrechtes verweigerten viele Journalisten, Autoren und Künstler ihre Mitarbeit bei den staatlichen Medien (vgl. KOHLER 1989, S. 59).

Dadurch waren die Informationsmöglichkeiten für die Bevölkerung in der ersten Zeit minimal. Die eingestellten Tageszeitungen erschienen erst wieder zwei Monate nach der Ausrufung des Kriegsrechts. Die Zeitungen, die nach der Ausrufung erscheinen durften, waren durchweg uniform, der Informationsgehalt und die Vielfalt waren minimal. Während dieser Periode setzte sich in den folgenden Jahren die Untergrundpresse weiter durch. Schließlich brachen die zahlreichen Untergrundblätter, die in Polen ab Ende der 70er Jahre im Umlauf waren, das Informationsmonopol der kommunistischen Partei (vgl. HADAMIK 2003, S.99).

### **3.1.3 Der rechtliche Rahmen: Zensurbestimmungen und das Presserecht**

Wie in anderen Ostblockstaaten wurden in der Volksrepublik Polen Medieninhalte zensiert, um nicht konforme Meinungen zu unterdrücken und den Kultur- und Medienapparat zu kontrollieren und zu lenken. Lange gab es keine verankerte gesetzliche Grundlage für die Zensur, nur einen Erlaß vom 5. Juni 1946 des *Landes Nationalrates* (Krajowa Rada narodowa -KRN). Dieser Erlaß hatte die Gründung des *Hauptamtes für die Kontrolle von Presse, Publikationen und Veranstaltungen* (Główny Urząd Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk -GUKPPIW) zufolge, welches schließlich zur zentralen Zensurbehörde bis zur politischen Wende 1989 wurde (vgl. HADAMIK 2003, S. 106). Im Jahre 1946 nahm die Zensur in der einzigen Tageszeitung und einigen Wochenblättern über 3400 Eingriffe vor. Das waren etwa 47% aller Eingriffe, die in über 600 Zeitschriften, die damals in Polen erschienen, vorgenommen worden waren (vgl. PACZKOWSKI 1997, S. 27 f).

In Anlehnung an die polnische Verfassung vom 22. Juli 1952 wurde die Freiheit des Wortes im Artikel 1. des Gesetzes in Publikationen gewährleistet – die allerdings gewissen Grenzen unterworfen war. Diese im Juli verabschiedete Verfassung der Volksrepublik Polen verkündet im Artikel 71:

1. *Die Volksrepublik Polen sichert den Bürgern die Freiheit der Rede, der Presse, der Versammlungen, Umzüge und Kundgebungen*
2. *Der Verwirklichung dieser Freiheiten dient der Übergabe von Druckereien, Papierbeständen, öffentlichen Gebäuden und Sälen, des Post- und Fernmeldewesens,*

*des Rundfunks sowie anderer notwendiger materieller Mittel zur Verfügung des werktätigen Volkes und seiner Organisationen*

Diese einseitig ausgelegte und von den Interessen der Parteiführung geprägte Verfassung, wurde durch das Fehlen entsprechender detaillierter Gesetze erleichtert (vgl. DLUGOSCH 1970, S. 105).

Die von der Partei eingerichteten Instrumente dienten hauptsächlich zwei Zielen:

1. Der Beschränkung der Pressetätigkeit des oppositionellen Milieus und seiner Parteien, insbesondere der *Polnischen Volkspartei* (PSL)
2. Der Ausbau der eigenen parteilichen Pressebasis (vgl. PACZKOWSKI 1997, S. 27 f).

Die Zensur galt hauptsächlich Beiträgen, die nicht mit der Parteipolitik übereinstimmten. Es wurde festgelegt, welche Art von Problematik zu berichten war und welcher sprachlichen Mittel sich Journalisten in einem Bericht bedienen sollten. Von der direkten Zensurkontrolle wurden zunächst Parteizeitungen wie die *Trybuna Ludu* (Volkstribüne) befreit. Das Blatt wurde als richtungweisend angesehen, ihre Kommentare dienten der Zensurbehörde als Maßstab bei der Kontrolle anderer Zeitungen und Zeitschriften. Kritische Berichte wurden im Sinne der Zensoren geändert oder aus den Ausgaben entfernt (vgl. HADAMIK 2003, S.106).

Im Laufe der 70er Jahre, dem Höhenpunkt der Instrumentalisierung der Medien, wurden weitere Grundlagen für die Ausübung der Zensur von der kommunistischen Partei geschaffen. Bestimmungen, was publiziert werden sollte waren im so genannten *Buch der Aufzeichnungen* (*Ksiazka Zapisow i Zalecen*) zu finden und dienten für die Zensoren als Maßstab der Kontrolle. Das Pressekontrollamt war eine dem Ministerrat unterstellte staatliche Einrichtung und erhielt in Wirklichkeit die Richtlinien für seine Tätigkeit direkt von der Partei über das *Pressebüro des Zentralkomitees* (*Biuro Prasy*). Die Zensur, die Hauptaufgabe des Pressekontrollamtes, war ein wichtiges Element der Propaganda und Manipulation, denn ihre Wirksamkeit war in entscheidendem Maße davon abhängig, was der Öffentlichkeit im kommunistisch regierten Polen an Nachrichten und Meinungen vorenthalten wurde (vgl. DLUGOSCH 1970, S. 107).

Erst unter dem Druck der freien Gewerkschaft *Solidarnosc* wurde erstmal eine gesetzliche Grundlage für die Zensurpraxis geschaffen. Am 31. Juli 1981 wurde das erste Zensurgesetz in einem Land des ehemaligen Ostblocks verabschiedet, das Gesetz über die *Kontrolle von Publikationen und Veranstaltungen* (*Ustawa o Kontroli Publikacji i Widowisk*).

Nach wie vor benötigten aber alle publizierten Beiträge die Erlaubnis des Pressekontrollamtes. Das Besondere allerdings war, daß Eingriffe der Zensur im jeweiligen Text vermerkt werden durften. Die Eingriffe wurden durch eine Klammer mit Querstrichen gekennzeichnet, welches die rechtliche Grundlage des Eingriffs betonen sollte. Ein anderes Merkmal des neuen Gesetzes war, daß Journalisten gegen Entscheidungen der Behörde klagen durften.

Eng verbunden mit den Zensurbestimmungen war das Presserecht, das am 1. Januar 1984 vom polnischen Sejm<sup>4</sup> verabschiedet wurde. Es gilt als etwas Besonderes, denn so ein Gesetz hat es in der Geschichte Polens bisher noch nicht gegeben. Der Entwurf für das kleine Pressegesetz mit Bestimmungen zum Schutz der Pressefreiheit und der ungehinderten Tätigkeit von Journalisten hatte die *Verband Polnischer Journalisten* (SDP) in den 50er Jahren bereits erarbeitet. Der Entwurf hat damals keine Gültigkeit finden können, deswegen ergaben sich viele Probleme in diesem Zusammenhang. Der Mangel an gesetzlichen Bestimmungen erzeugte immer wieder Unsicherheit. Das neue Pressegesetz war analog zum Zensurgesetz ein Ergebnis der Verhandlungen zwischen den streikenden Werftarbeitern in Danzig und der Regierungskommission im Sommer 1980 (vgl. HADAMIK 2003, S.106).

Das Pressegesetz regelte die Zulassung von Zeitungen, die Verantwortlichkeit der Herausgeber und den Rahmen möglicher Inhalte und die Pflichten in umfassender und restriktiver Art. Ebenfalls wurden eine Auskunftspflicht der Behörden und ein gewisser Quellenschutz festgeschrieben (vgl. VON DELHAES 2000, S. 195).

### **3.1.4 Die Rolle der Arbeiterverlegergenossenschaft bei der staatlichen Kontrolle und Lenkung der Presse**

Das kommunistische Pressesystem Polens zeichnete die zentrale Position des *Arbeiterverlegergenossenschaft Presse-Buch-Bewegung* (Robotnicza Spoldzielnia Wydawnicza - RSW) aus. Die RSW wurde aufgrund eines Beschlusses des *Zentralkomitees der polnischen Arbeiterpartei* (PPR) am 10. Mai im Jahre 1947 gegründet und galt nach dem zweiten Weltkrieg als der größte Pressekonzern in Ostmitteleuropa. Im Jahre 1954 wurde der Konzern aus der zentralen Genossenschaftsverwaltung ausgegliedert und dem Gültigkeitsbereich des Genossenschaftsrechts entzogen. In ökonomischer Hinsicht galten für den Konzern die gleichen Vorschriften wie für staatliche Betriebe. Die Monopollstellung der RSW spiegelte sich insbesondere bei der Übernahme der polnischen Nachrichtenagenturen, der *Arbeitsagentur* (AR) und der *Agentur für Publizistik und Information* (API) sowie sämtlichen Bilderagenturen und Werbeagenturen Polens in den 60 Jahren (vgl. DLUGOSCH 1970, S. 89 ff). Die RSW erhielt die Rechte eines Staatsunternehmens. Im Jahre 1949 gab der Konzern 32 Titel mit einer Gesamtauflage von 4,8 Millionen heraus. Das sicherte dem Konzern Prioritäten bei Belieferungen, Investitionen und Zuwendungen, während gleichzeitig die steuerlichen Privilegien einer Genossenschaft in Anspruch genommen werden konnten (vgl. PACZKOWSKI 1997, S. 29).

Bei der parteilichen Lenkung und Kontrolle der Presse spielte die RSW eine wichtige Rolle. Dies wurde ebenfalls durch die Personalpolitik deutlich, vor allem durch die Besetzung der leitenden Redaktionsposten mit parteilichen Journalisten. Der RSW Konzern war ein

---

<sup>4</sup> Der Sejm ist ein Teil der Regierung Polens. Zusammen mit dem Senat bildet der Sejm das Parlament. Diese Regierungsform läßt sich mit der britischen Regierungsform vergleichen, wobei der Sejm mit dem Unterhaus und der Senat mit dem Oberhaus gleichgesetzt werden kann.

monopolistischer Arbeitgeber, welcher die Leute genauso zähmte, wie er die Zensur verschärfte. Obwohl für ganze Redaktionsteams und Einzelne ein kleines Experimentierfeld für Innovationen existierte, waren die Themen, Vokabular und Stil der Berichterstattung häufig vorgegeben. Unter anderem war es die Pressekommission des Komitees, die sowohl personelle Entscheidungen, als auch Entscheidungen über Gründungen oder Liquidationen von Titeln, die Auflagenhöhe, den Umfang, den Lehr- und Schulungsplan für Journalisten, Beginn und Ende von Propagandakampagnen getroffen hat (vgl. PACZKOWSKI 1997, S. 31). Die kontinuierliche Analyse und Beurteilung des Presseinhalts verstärkten dieses Merkmal zunehmend. Der andere Grund der Relevanz für die Regierung war der wirtschaftliche Gewinn des Pressekonzerns von dem die kommunistische Partei enorm profitierte (vgl. DLUGOSCH 1970, S. 92).

Im Laufe der Jahre übernahm die RSW Publikationen, des ehemaligen *Czytelnik* Verlages, begann mit der Herausgabe einer Reihe neuer Zeitungen und baute auch das Zeitschriftensegment weiter aus. Schließlich kontrollierte der Konzern mehr als 90% der in Polen herausgegebenen Tages- und Wochenzeitungen. Durch die Einbindung von dem Vertriebsunternehmen *Ruch* im Jahre 1973 in die RSW waren ebenfalls Verlags- Druck und Vertriebswesen in dem neuen Pressekonzern konzentriert (vgl. SCHNEIDER 1998, S. 193). Parallel zu den Veränderungen in der Struktur des polnischen Pressemarktes erfolgte eine verstärkte ideologische Einwirkung auf die Inhalte der Presse. Die Presse sollte nicht die Rolle des Sprachrohres der öffentlichen Meinung übernehmen, sondern ein Mittel zur Mobilisierung der öffentlichen Meinung sein (vgl. DLUGOSCH 1970, S. 97).

### **3.1.5 Die Bedeutung der *Solidarnosc* Gewerkschaft und ihrer Publikationstätigkeit im Untergrund**

Im Sommer 1980 überzog Polen eine Streikwelle, die sich gegen die ständigen Preiserhöhungen richtete und dann in den großen Streik in der Lenin-Werft in Danzig mündete. Ein Streikkomitee wurde gebildet und Forderungen an die Regierung in Warschau gestellt. Dieses Ereignis gilt als die Geburtsstunde der freien Gewerkschaft. Zu Anfang war sie eine revolutionär-patriotische Freiheitsbewegung mit sozialpolitischen Forderungen die damals von regimiekritischen Intellektuellen unterstützt wurde (vgl. RAABE 2005).

Sie baute Strukturen im ganzen Land und eine eigene Presse auf. Im Jahre 1981 wurden in einer Ausstellung der Mitteilungsblätter bereits 87 Blätter der freien Gewerkschaft verzeichnet. Tatsächlich waren es aber weitaus mehr, die von der *Solidarnosc* herausgegeben wurden und zur Untergrundpresse zählten. Da diese Publikationen zu diesem Zeitpunkt nirgends zentral registriert wurden, kann man über die genauen Zahlen nur spekulieren. Viele der anfänglichen Untergrundpublikationen, von denen sich die meisten in der Bibliothek der Friedrich-Ebert-Stiftung befinden haben eine klare politische Linie. Sie zeichneten sich durch eine geringe Auflage, primitiven Druck oder Kopien aus. Zur Untergrundpresse zählten: der *Wolny Zwiaskowiec* (Freier Gewerkschaftler) *Glos Niezaleznych* (Stimme der Unabhängigen) oder *Wolne Slowo* (Freies Wort). Schließlich



erlangten die größten Periodika der *Solidarnosc* in Oktober 1980 eine Auflage von über eine Million und waren keine Untergrundblätter mehr. Zu den auflagestärksten Blättern gehörten *Samorzadnosc* (Selbstverwaltung) in Danzig mit 250 000 Exemplaren, *Jednosc* (Einheit) mit 100 000 Exemplaren in Stettin, *Odrodzenie* (Wiedergeburt) mit 100 000 in *Jelenia Gora* (Hirschberg), *Solidarnosc Jastrzebska* in Oberschlesien mit 50 000 und *Solidarnosc – Niezalezne Slowo* (Solidarität – Unabhängiges Wort in Niederschlesien mit 10 000 Exemplaren (vgl. REIFF 1999).

Andere wichtige Elemente des Mediensystems im Untergrund waren Audio- und Videokassetten, die als „Hörzeitung“ durch individuelle Kopien verbreitet wurden. Die gedruckte Presse im Untergrund hatte jedoch einen höheren Informationswert für die Leser. Sie lehrte eine andere Art von politischem, demokratischem und moralischem Denken, indem sie Themen aufgriff, die durch die Zensur des Staatsapparates bisher völlig verfälscht oder geleugnet worden waren. Über die Verteiler der Publikationen bestand ein Kontakt zwischen den Lesern und Redaktionen, so flossen Kommentare und Kritik zurück an die Redaktionen. Ebenfalls kamen durch die Unterstützung der Untergrundpresse Papier, Geld und Druckfarbe auf diesem Wege zurück (vgl. HEY 2002, S. 38).

Die Untergrundpublikationen der *Solidarnosc* Gewerkschaft war eine begehrte Informationsquelle in der polnischen Bevölkerung. Neben laufenden Informationen über lokale Angelegenheiten und mehr oder weniger offiziellen Aussagen der Gewerkschaftsleitung wurde die *Solidarnosc Presse* zu einem der wichtigsten Instrumente im Kampf um die Delegitimierung der kommunistischen Partei, der sie einen „wahren Krieg für die Tradition“ erklärte (vgl. PACZKOWSKI 1997, S. 40). Die meisten Publikationen waren nach kürzester Zeit am Kiosk vergriffen. Die Aufmachung der Blätter erinnerte an das Aussehen der Parteipresse, allerdings war der Inhalt der Artikel nicht uninteressant. Die Texte waren nicht an den Arbeiter an der Werkbank gerichtet, sie setzten sich intellektuell mit innenpolitischen Entwicklungen in Polen auseinander.

Schließlich setzte die Verhängung des Kriegsrechtes der Presselandschaft der *Solidarnosc* ein abruptes Ende. Sofort wurde mit der Produktion der Untergrundpresse wieder begonnen, die in Form von Informationsbulletins, Flugschriften und der Wochenzeitung *Solidarnosc* im Miniformat herausgegeben wurden. Die Zahl der Titel wuchs von Monat zu Monat und die Druckqualität verbesserte sich zunehmend. Es gibt Vermutungen, daß der Gewerkschaft es in der Nacht des verhängten Kriegsrechts gelungen war einige der technischen Ausrüstungsgeräte dem Zugriff der Milliz zu entziehen. Die Untergrundpublikationen wanderten von Hand zu Hand und erreichten so einen beachtlichen Leserkreis (vgl. REIFF 1999).

### **3.2 Der Weg vom Instrument der Partei zur pluralistischen Presse**

Das Jahr 1989 wird in Polen mit dem politischen Umbruch gleichgesetzt und erlangt dadurch eine große Bedeutung in der jüngsten Geschichte Polens. Die Veränderungen die

die Ereignisse in diesem Jahr mit sich brachten, wirkten sich auf unterschiedliche Bereiche aus. Diesen Veränderungen unterlag insbesondere der Pressemarkt, der in der Umbruchphase demonopolisiert wurde. Von dieser Demonopolisierungsphase waren auch die ersten Jahre nach dem Umbruch gekennzeichnet. Ereignisse wie die Gespräche am Runden Tisch, die darauf folgende Auflösung der RSW und schließlich die Privatisierung der Presse prägten diese Umbruchsphase und trugen einen wesentlichen Teil zum Transformationsprozeß der Tagespresse bei, indem sie die erste Etappe der Transformation prägten.

### 3.2.1 Die Verhandlungen am „Runden Tisch“

Durch die häufigen Streikwellen und den immer stärker wachsenden Unmut der Bevölkerung gegen die innenpolitischen Repressalien, war die kommunistische Partei Ende der 80er Jahre gezwungen, einen Kompromiß mit der Opposition einzugehen. Durch die anwachsende Opposition sah sich die PZPR bedroht und schlug in einer Fernsehsendung ein Gespräch zwischen ausgewählten Vertretern der Regierung und Vertretern der Opposition vor. Ziel des zwischen der kommunistischen Regierung und der Opposition aufgenommenen Dialoges war eine Einigung über grundlegende Reformen des politischen und wirtschaftlichen Ordnungssystems.

Das erste Treffen zwischen der Opposition und der Regierung fand im Februar 1989 am „Runden Tisch“ statt. Über zwei Monate wurde über die neuen politischen und wirtschaftlichen Reformen debattiert. Die Vereinbarungen die daraus hervorgingen, wurden später als eine „ausgehandelte Transformation“ bezeichnet (vgl. PAUN 2005, S. 11).

Nach MERKEL (1999) war dieser *ausgehandelte Systemwechsel* maßgeblich für das polnische Modell der Transformation und prägte den späteren Demokratisierungsprozeß. Letztendlich bedeuteten die Verhandlungen einen großen Befreiungsschlag für die Medien. *„Den polnischen Weg zur Demokratie mittels Verhandlungen und Übereinkommen ermöglichte der Runde Tisch. Ich halte diesen für den vernünftigsten politischen Akt in der polnischen Geschichte des 20. Jahrhunderts. Fast niemand glaubte an eine Verständigung zwischen den regierenden Kommunisten und der antikommunistischen Opposition. Und dennoch kam es zu dieser Verständigung - ohne Blockaden, ohne Exekutionskommandos, ohne eine einzige zerbrochene Scheibe - Polen konnte allein mit sich selbst den Weg zu Freiheit und Unabhängigkeit aushandeln.“* (MICHNIK 1999)

Thema der Verhandlungen am Runden Tisch war unter anderem die Reform der Medienlandschaft. Künftig sollte die Medienlandschaft den gesellschaftlichen Pluralismus widerspiegeln, dazu sollte jegliches Medien-Monopol vermieden werden. So wurden für die Untergrundpresse normale Arbeitsbedingungen geschaffen, die präventive Zensur eingeschränkt und das Verbot regimekritischer und ausländischer Literatur aufgehoben. Durch die Abschaffung der Lizenzierung von Druckerzeugnissen wurde die Gründung von Zeitungen wesentlich vereinfacht (vgl. HADAMIK 2003, S.148).

Das Abschlußprotokoll der „Untergruppe für Fragen in den Massenmedien“ zeigte Positionen auf, die zuvor 40 Jahre lang von der Partei bekämpft wurden: *„Wir stellen fest, dass es dringend notwendig ist, eine neue Informationsordnung aufzubauen, welche den existierenden gesellschaftlichen Pluralismus widerspiegelt, den demokratischen Prozessen entspricht und jegliches Monopol in diesem Bereich vermeidet. Das Ziel dieser neuen Informationsordnung soll die freie Beteiligung aller politischen Gruppen und einzelnen Personen in allen Bereichen der gesellschaftlichen Kommunikation sein.“* (HADAMIK 2001, S.148)

Die Ergebnisse der Verhandlungen am „Runden Tisch“ galten als die theoretische Befreiung des Pressemarktes von staatlichen Zwängen und gaben den Medien eine gute Grundlage zur Entfaltung und Freiheit in den folgenden Jahren. Die Realisierung dieser politischen Entscheidungen sollte jedoch erst in den nächsten Jahren erfolgen. Einer dieser Beschlüsse bezüglich der Presse war der „Beschuß zur Liquidierung der RSW“ am 22. März 1990, welcher als wichtigstes Ereignis in der Transformation der polnischen Presse gilt (vgl. SZYNOL 2002, S. 222). Die polnische Medienwissenschaftlerin Beata DOBEK-OSTROWSKA (1998), schlägt in ihren Untersuchungen sogar vor, dieses Datum als das Ende der ersten Etappe des Transformationsprozesses der polnischen Tagespresse anzusehen.

### **3.2.2 Die Auflösung der Arbeiterverlegergenossenschaft**

In den 90er Jahren wurde ein Plan zur Auflösung des polnischen Pressemonopols vorbereitet. Die Umsetzung dieses Planes sollte eine Liquidierungskommission durchführen. Bereits vor der Gründung der Liquidierungskommission kam aus den Reihen der Öffentlichkeit hinsichtlich der Zusammensetzung herbe Kritik zutage. Weder Vertreter der Journalistenverbände, noch Vertreter der *Solidarnosc* wurden als Mitglieder der Kommission nominiert, obwohl sie an deren Gründung beteiligt waren. Das Ziel dieser Liquidierungskommission sollte die Etablierung einer pluralistischen Presselandschaft sein (vgl. HADAMIK 2003, S. 146).

Zu den Mitgliedern der neu gegründeten Kommission zählten etliche Chefredakteure namhafter Zeitschriften und Tageszeitungen, ein Vertreter der Journalistenvereinigung SDP und Mitglieder des gerade entstehenden *Ministeriums für Umgestaltung der Besitzverhältnisse* (Ministerstwo Przekształceń Własnościowych). Der Pressebestand der RSW über den man verhandelte, setzte sich wie folgt zusammen: 179 Titel mit einer Auflage von über 20 Millionen Exemplaren, 6 Verlagssitze, 20 Druckereien, 26 000 Kioske und über 90 000 Angestellte (vgl. KARPINSKI 2007).

Am 20 März 1990 legte die Regierung des ersten nichtkommunistischen Premierministers Tadeusz Mazowiecki dem Sejm einen Gesetzesentwurf über die Liquidierung der RSW vor. Ein Tag zuvor hatte der Ministerrat dem Entwurf bereits zugestimmt (vgl. SCHLIEP 1999, S. 118). Dieses Gesetz löste im nach hinein Kontroversen aus, weil die im Gesetz beschlossenen Maßnahmen nicht geeignet schienen, um gleichzeitig sowohl pluralistische Strukturen auf dem Pressemarkt durchzuführen, als auch dringend notwendigen

Veränderungen der Besitzverhältnisse (vgl. HADAMIK 2003, 146). Trotz dieses gesetzlichen Hindernisses fand die erste Sitzung der Kommission am 05. April 1990 statt und es dauerte fast ein Jahr bis die Auflösung der RSW erstmals Konturen annahm. Zur Umgestaltung wurden unter anderen folgende Beschlüsse von der Liquidierungskommission festgesetzt:

1. Der Art. 5 der Kommission besagte, daß Verlage, sowie Einheiten der Mitarbeitergenossenschaften, die von mindestens der Hälfte der Belegschaft gegründet wurden, mit dem Ziel der Bewahrung der Kontinuität ihre Tätigkeit kostenlos übertragen werden könnten – die aber mit speziellen Bedingungen für die Mitarbeitergenossenschaften verbunden waren
2. Nach Art. 6. würden Teile des RSW Konzernes, die keinen Genossenschaften übertragen wurden, verkauft werden (vgl. SCHLIEP 1999, S. 118 f)

Ungefähr 120 Mitarbeitergenossenschaften bewarben sich um die kostenlose Übernahme ihrer Publikationen. Die Kommission aber beschloß, die meisten und wichtigsten Publikationen im Rahmen einer Ausschreibung zu verkaufen. Besonders ausländische Unternehmen zeigten sehr früh Interesse am polnischen Pressenmarkt. Einerseits wurde dieses Engagement von der Öffentlichkeit sehr begrüßt, da man sich durch das ausländische Kapital eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen durch neue Technologien und umfassende Modernisierungen versprach, andererseits wurden viele kritische Stimmen laut, die den Untergang der polnischen Pressekultur befürchteten (vgl. EBENDA, S.120). Gegenstand heftiger Kritik waren ebenfalls die Entlassungen der Mitarbeiter, verkaufter Publikationen und die starke Politisierung des Liquidierungsprozesses. Viele Journalisten wurden entlassen, andere haben wiederum von alleine gekündigt. Fast alle Publikationen wechselten ihre Besitzer und Leiter (vgl. KARPINSKI 2007).

Als der große Gewinner der Auflösung kann die freie Gewerkschaft *Solidarnosc* angesehen werden, die im Sommer 1991 an einem Dutzend der privatisierten Titel beteiligt war und der Gründung einer eigenen Tageszeitung *Gazeta Wyborcza*, die sich in den späteren Jahren auf dem polnischen Pressemarkt marktführend etablieren sollte (vgl. KARPINSKI 2007, SCHLIEP 1999, S. 126).

### **3.2.3 Die Privatisierung der polnischen Presse**

Die Privatisierung der Presse im Rahmen der Auflösung des RSW Konzerns kann als erste wichtige Etappe in der Entwicklung der polnischen Presselandschaft angesehen werden (vgl. HADAMIK 2003, S. 150, SCHLIEP 1999, S. 127). Seit 1991 bis heute ist der Prozeß von einer bemerkenswerten Dynamik geprägt, was sich z. B. in dem rasanten Wechsel der Besitzverhältnisse der ehemaligen RSW Publikationen auswirkte.

Zwischen den Jahren 1990 und 1991 wurde hitzig über die Frage debattiert, wer die polnische Presse bekommen sollte, und welche Aspekte auf der ökonomischen, gesellschaftlichen und politischen Ebene damit verbunden waren. Letztendlich setzten sich

bei dieser Entscheidungsfrage die ökonomischen Aspekte durch (vgl. HADAMIK 2003, S. 150).

Trotz dieser Tatsache gab die Liquidierungskommission aufgrund einer Empfehlung der Sejm-Kommission für Kultur und Medien in der Regel polnischen Interessenten den Vorzug, ehemalige RSW Publikationen zu übernehmen, um die Befürchtung abzuwenden, daß über 30 interessierte ausländische Verlage und Unternehmen auf den polnischen Pressemarkt „einfallen“ und eine marktbeherrschende Stellung einnehmen würden. Obwohl diese Investoren weitaus höhere Summen boten, durfte ihre Beteiligung nicht mehr als 49% überschreiten (vgl. SCHLIEP 1999, 127).

Im Frühjahr 1991, etwa ein Jahr nach Einberufung der Liquidierungskommission, existierte in Polen kein staatliches Monopol mehr. Ungefähr 71 Publikationen wurden Redaktionsgemeinschaften überlassen, weitere 78 politisch relevante Blätter wurden im Wege einer Ausschreibung verkauft und acht Publikationen gingen in staatlichen Besitz über. Die Preise für die Rechte an Titeln der jeweiligen Publikationen unterlagen heftigen Schwankungen, so war das billigste Blatt *Harcerstwo* (Pfadfinder) schon für 100.000 PLN (1991 ca. 18 DM) zu haben und das Teuerste *Zycie Warszawy* (Warschauer Leben) wurde für 40 Millionen PLN (1991 ca. 7,3 Millionen DM) verkauft. Wie im Endeffekt die pluralistische Struktur nach der Privatisierung der RSW Publikationen aussah und wer die Fäden in der Hand hielt, war im Jahre 1991 noch nicht durchschaubar. Viele private Gesellschaften wurden gegründet um auf den polnischen Pressemarkt zu gelangen (vgl. EBENDA, S. 125).

Der Bedarf an Kapital ehemaliger RSW Publikationen um notwendige Modernisierungen vornehmen zu können war sehr groß. Polnische Genossenschaften und Organisationen, die mit Titeln bedacht wurden, konnten es sich in der Regel nicht leisten ihre Publikationen im Alleingang zu unterhalten und zu sanieren, was zur Folge hatte, daß Investoren gefunden werden mußten. Zu den ersten polnischen Investoren zählten vor allem große Banken und Versicherungsunternehmen sowie einige vermögende Privatpersonen (vgl. HADAMIK 2003, S. 150).

Kritik an der Privatisierungspolitik in der polnischen Presse kam insbesondere von den *Solidarnosc* Anhängern, die es als negativ empfanden, daß viele der Publikationen in die Hände der alten Mitarbeiter Genossenschaften geraten sind, was eine Kontinuität der Besitzverhältnisse der alten Regierung hätte bedeuten können. Zusammenfassend kann man jedoch sagen, daß die Ziele der Liquidierungskommission, das Pressemonopol abzubauen und eine pluralistische Presselandschaft zu schaffen, trotz vieler kritischer Stimmen doch noch geglückt sind. Die Konkurrenz an den Zeitungsständen ist in den letzten Jahren immer größer geworden, deutlich wird dieses, wenn man sich die ehemaligen RSW Publikationen anschaut. Fast alle haben den Übergang zur freien Marktwirtschaft unbeschadet überstanden und können sich in der neuen pluralistischen Presselandschaft behaupten (vgl. SCHLIEP 1999, 127).

### 3.3 Die gegenwärtige Tageszeitungslandschaft

Die polnische Tageszeitungslandschaft war seit dem Umbruch im Jahre 1989 einem großen Wandel unterzogen, welcher sich sowohl in der Veränderung der gesetzlichen Rahmenbedingungen, als auch in veränderten Beziehungs- und Abhängigkeitsstrukturen zwischen politischen Akteuren, Verlegern und Journalisten widerspiegelt. Diese Veränderungen, die sich im Laufe der Transformation auf den Tageszeitungssektor auswirken, werden besonders an den strukturellen Spezifika deutlich, die den gegenwärtigen Tageszeitungsmarkt auszeichnen. Das folgende Kapitel beschreibt zunächst die Typologie des polnischen Tageszeitungsmarktes, fächert die wichtigsten Tageszeitungen auf und geht dabei auf ehemalige *RSW* Publikationen und Neugründungen von Tageszeitungen ein. Der letzte Teil des Kapitels zeigt schließlich einen groben Überblick über die wichtigsten Veränderungen in der Tageszeitungslandschaft auf.

#### 3.3.1 Typologie der polnischen Tagespresse

Der Zerfall des zentralistischen und staatlichen Pressesystems und der politische Wandel der damit einherging, beeinflussten unter anderem die Entwicklung der polnischen Medien in den 90er Jahren. Diese Entwicklung im Pressebereich führte zu einem pluralistischen Medienangebot mit einer marktwirtschaftlichen Ordnung. Diese Veränderungen des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lebens führten schließlich zur Etablierung einer Vielzahl von unabhängigen Gesellschaften, die seither Presseerzeugnisse herausgeben (vgl. JACHIMOWSKI/KOWOL 2004, S.327).

Der polnische Tageszeitungsmarkt zeichnet sich durch einige Besonderheiten aus, die einerseits der Tradition der polnischen Publikationstätigkeit und andererseits den äußeren Umständen den die Tagespresse in den letzten 17 Jahren ausgesetzt war, zuzuschreiben sind. Eine dieser Besonderheiten ist der Vertrieb von Tageszeitungen. Rund 90% der Auflagen von Tageszeitungen werden im Straßenverkauf abgesetzt. Das hat in Polen einerseits Tradition und andererseits in den 90er Jahren auch praktische Gründe, weil die Inflation im damaligen Zeitraum keine beständigen Abo-Preise erlaubte (vgl. HADAMIK 2004, S. 161). Die Vertriebsform des Abonnements ist in Polen kaum verbreitet, es sind in erster Linie Institutionen, die Tageszeitungen abonnieren. Versuche, die Leser an das Abonnement heranzuführen, waren bisher nur wenig erfolgreich (vgl. EBENDA, S.330).

Ein anderes Merkmal polnischer Tageszeitungen ist unter anderem, daß die Bezeichnung der „Publizistischen Einheit“ für polnische Zeitungen nicht gilt. Jede polnische Zeitung verfügt über eine eigene Kern(Voll)redaktion. Übernahmen eines „Mantels“ aus einer anderen Redaktion oder von einem anderen Verlag sind in Polen nicht anzutreffen (vgl. EBENDA, S.331).

Eine weitere Besonderheit der polnischen Tagespresse sind die extremen Schwankungen der Auflage innerhalb einer Woche. Die Auflage der Tageszeitungen, die das TV Programm als Beilage anbieten, ist nicht selten sieben Mal höher als eine Auflage an

verkaufsschwächeren Tagen. Diese Schwankungen spiegeln sich in der Gesamtauflage der polnischen Tageszeitungen wieder, so werden an Dienstagen im Durchschnitt ca. 2 Millionen Exemplare gedruckt, während an Freitagen hingegen ca. 4,5 Millionen Exemplare gedruckt werden (vgl. HADAMIK 2003, S. 162). Zudem beobachtet man seit Jahren eine stagnierende Auflagenentwicklung die vor allem überregionale Tageszeitungen mit einem allgemeinen Informationsgehalt betrifft. Hier liegt der Auflagenrückgang bei 15%. Anders verhält es sich bei regionalen Tageszeitungen, wo der Rückgang weniger als 7% beträgt. Tageszeitungen mit einer wirtschaftlichen und rechtlichen Themenausrichtung sind mit einem Rückgang von ca. 6% der Auflagen betroffen (vgl. FILAS/PLANETA 2004, S. 531).

Im Laufe der Entwicklung der Tagespresse wurde eine starke Regionalisierung festgestellt. Überregionale Tagesblätter haben für ihre regionalen Ausgaben Formen herausgebildet, die Modellcharakter besitzen und als „Mutationen“ bezeichnet werden. Die erste Variante zeichnet sich aus durch eine Art Beilage mit eigenen Titel und Impressum, die der Hauptausgabe beigelegt wird. In dieser Hinsicht ist die *Gazeta Wyborcza* mit ihren Lokalbeilagen als Vorbild anzusehen. Dieses Konzept wurde von anderen regionalen Blättern wie *Super Express* kopiert, um auch in regionalen Räumen Leser zu gewinnen (vgl. BAJKA 2000b, S. 138). Die zweite Variante besteht in eigenen Wechselseiten innerhalb der Zeitung. Auf diesen Wechselseiten werden regionale bzw. lokale Themen aufgegriffen, spiegeln sich aber nicht im unverändert bleibenden Titel der Hauptausgabe wieder. Diese werden von einem eigenen Ressort betreut (vgl. JACHIMOWSKI/KOWOL 2004, S.331). Bei regionalen Ausgaben konnte man außerdem den Trend beobachten, sich auf die Intensivierung der regionalen Berichterstattung zu konzentrieren und nicht mit den überregionalen Tageszeitungen im Bereich Weltnachrichten zu konkurrieren. Eine Neuerscheinung auf dem polnischen Pressemarkt ist die Ausweitung der lokalen Berichterstattung, die zuerst von der *Passauer Neuen Presse* eingeführt wurde, weil diese vorher auf dem regionalen Tageszeitungsmarkt unbekannt war. Seit Mitte der 90er Jahre bieten alle Regionalzeitungen der *Passauer Neuen Presse* lokale Berichterstattungen in regionalen Ausgaben an (vgl. BAJKA 2000b, S. 138).

Im Hinblick auf die politische Ausrichtung der meinungsbildenden Tagespresse ist bei den überregionalen Angeboten das gesamte politische Spektrum vertreten. Vor allem im Bereich der landesweiten Tagespresse läßt sich eine Vielfalt von politisch unterschiedlichen Angeboten festmachen. Die regionale Tagespresse ist politisch neutraler, da sie ein möglichst breites Publikum erreichen will, bezieht sie keine eindeutigen Positionen wie die überregionale Presse.

Wenn man die Eigentumsverhältnisse betrachtet, fällt auf, daß der Markt überregionaler Angebote relativ ausgewogen ist. Trotz der starken Position des *Agora* Verlages mit der *Gazeta Wyborcza* (Wahlzeitung) sind 11 verschiedene Verlage vertreten. Im Gegensatz zur überregionalen wird jedoch die regionale Presse von ausländischen Verlagen, wie der

Tochterfirma der *Passauer Neuen Presse- Polskapresse*, dem norwegischen Verlag *Orkla Media* dominiert (vgl. HADAMIK 2003, S. 162). Auf dem polnischen Tagespressemarkt verzeichnet man gegenwärtig 12 überregionale und 46 regionale Ausgaben (vgl. JACHIMOWSKI/KOWOL 2004, S.331).

Folgende Tabellen bieten einen Überblick über das Angebot landesweiter und regionaler Tageszeitungen im Jahre 2006:

**Tabelle 1 Das Angebot überregionaler Tageszeitungen im Jahre 2006**

	<b>Zeitungstitel</b>	<b>Verbreitung im Durchschnitt</b>	<b>Verlag</b>	<b>Charakteristik</b>
1.	<b>Fakt</b>	727672	Axel Springer	Konservativ ausgerichtete Boulevardzeitung, ein Pendant zur deutschen „Bild“
2.	<b>Gazeta Wyborcza</b> (Wahlzeitung)	616 032	Agora	Linksliberal ausgerichtete Qualitätszeitung mit mehreren Dutzend verschiedenen Beilagen. Neben landesweiten Ausgaben werden in jeder polnischen Wojewodschaft regionale Ausgaben produziert
3.	<b>Super Express</b>	334 827	Media Express	Tageszeitung im Boulevardstil mit 10 verschiedenen Beilagen
4.	<b>Dziennik. Polska Świat Europa</b> (Tageszeitung, Polen, Europa, die Welt)	331 929	Axel Springer	Ein Pendant zur deutschen „die Welt“, ein Qualitätsblatt mit einem breit gefächerten Themenspektrum und Boulevardanteil
5.	<b>Rzeczpospolita</b> (Die Republik)	248 432	Orkla Media	Linksliberal ausgerichtete Qualitätszeitung mit den Schwerpunkten Wirtschaft und Recht
6.	<b>Nasz Dziennik</b> (Unsere Tageszeitung)	130 000*	SPES	Allgemeine katholische Tageszeitung mit täglichen Berichten aus dem Leben der katholischen Kirche
7.	<b>Sport</b>	125 776	Marquard Press	Sportzeitung mit Berichten zu Sportereignissen im In- und Ausland
8.	<b>Dziennik Sportowy</b> (Sport Tageszeitung)	90 000*	JMG Sportpublishing	Im Boulevardformat ausgerichtete Sportzeitung mit Berichten zu



				Sportereignissen im In- und Ausland. Neben der landesweiten Ausgabe werden 5 lokale Ausgaben produziert
9.	<i>Trybuna</i> (Tribüne)	73 589	Ad Novum	Links liberal ausgerichtete Tageszeitung der polnischen Sozialdemokraten
10	<i>Parkiet</i> (Parkett)	26 612	Parkiet	Tageszeitung mit dem Schwerpunkt Börsenberichterstattung
11.	<i>Prawo i Gospodarka</i> (Recht und Wirtschaft)	22 000*	Grupa Wydawnicza Infor	Tageszeitung mit den Schwerpunkten Recht und Wirtschaft, darunter ausführlicher Börsenberichterstattung
12.	<i>Puls Biznesu</i> (Puls der Wirtschaft)	20 000*	Bonnier Business Polska	Tageszeitung mit den Schwerpunkten Wirtschaft, Finanzen sowie Informationen aus dem in- und ausländischen Geschäftsleben

Quelle: ZKDP 2007, FILAS/PLANETA 2004, S. 532

\* Titel die nicht von dem ZKDP Institut erfaßt werden

**Tabelle 2 Das Angebot regionaler Tageszeitungen im Jahre 2006**

<b>Zeitungstitel</b>	<b>Wojewodschaft und Stadt</b>	<b>Verlag (Anteile in %)</b>	<b>Durchschnittliche Auflage</b>
<i>Dziennik Zachodni</i> (Tageszeitung des Westens)	Śląskie/Katowice	Polskapresse (100)	124 014
<i>Gazeta Pomorska</i> (Küsten-Zeitung)	Kujawsko-Pomorskie/Bydgoszcz	Orkla Media (50)	101.611
<i>Dziennik Bałtycki</i> (Tageszeitung der Ostsee)	Pomorskie/Gdańsk	Polskapresse (100)	74.518
<i>Dziennik Polski</i> (Polnische Tageszeitung)	Małopolskie/Kraków	Polskapresse (25)	73.669
<i>Express Ilustrowany</i> (Zeitung von Allenstein)	Łódzkie/Łódź	Polskapresse (100)	67 808
<i>Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia</i> (Tageszeitung von Lodz – Nachrichten des Tages)	Łódzkie/Łódź	Polskapresse (100)	65 018
<i>Trybuna Śląska – Dzien</i> (Schlesische Tribüne – der Tag)	Śląskie/Katowice	Polskapresse (100)	63.500*
<i>Gazeta Lubuska</i>	Lubuskie/Zielona Góra	Orkla Media (100)	60 624

(Zeitung von Lubsk)			
<b>Głos Wielkopolski</b> (Stimme von Großpolen)	Wielopolskie/Poznań	Verlag „Głos Wielkopolski“ (57,5)+ Centrex Press/NL (42,5)	57 939
<b>Gazeta Wroclawska</b> (Breslauer Zeitung)	Dolnośląskie/Wrocław	Polskapresse (100)	55 479
<b>Gazeta Olsztynska</b> (Olschtyner Zeitung))	Warmińsko-Mazurskie/Olsztyn	Polskapresse (100)	44 320
<b>Nowa Trybuna Opolska</b> (Neue Tribüne von Oppeln)	Opolskie/Opole	Orkla Media (33,8)	44 006
<b>Zycie Warszawy</b> (Warschauer Leben)	Mazowieckie/Warszawa	Verlag Wolne Słowo (100)	40 830
<b>Gazeta Poznanska</b> (Posener Zeitung)	Wielopolskie/Poznań	Polskapresse (95)	38 210
<b>Nowiny</b> (Neuigkeiten)	Podkarpackie/Rzeszów	Orkla Media (36)	36 800*
<b>Super Nowosci</b> (Super Neuigkeiten)	Podkarpackie/Rzeszów	Verlag „Press Media“ Roman Oraczewski (100)	27 583
<b>Gazeta Wspolczesna</b> (Zeitgenössische Zeitung)	Podlaskie/Białystok	Orkla Media (49)	25 207
<b>Dziennik Wschodni</b> (Tageszeitung des Ostens)	Lubelskie/Lublin	Orkla Media (62,7)	22 996
<b>Wieczor Wybrzeza</b> (Abend der Ostsee)	Pomorskie/Gdańsk	Polskapresse (100)	22 800*
<b>Kurier Poranny</b> (Morgen-Kurier)	Podlaskie/Białystok	Orkla Media (100)	21 589
<b>Wieczor Wroclawia</b> (Breslauer Abend)	Dolnośląskie/Wrocław	(*)	21 200*
<b>Kurier Lubelski</b> (Lublin-Kurier)	Lubelskie/Lublin	Verlag „Multico“ – Zbigniew Jakubas (100)	21 077
<b>Słowo Ludu</b> (Wort des Volkes)	Świętokrzyskie/Kielce	Echo Investment – Michał Solowow (100)	15 700*
<b>Słowo Polskie</b> (Polnisches Wort)	Dolnośląskie/Wrocław	Orkla Media (50)	4 400

Quelle: ZKDP 2007, FILAS/PLANETA 2004, S. 533

\* Titel die nicht von dem ZKDP Institut erfaßt werden

### 3.3.2 Die alten überregionalen und regionalen Titel

Nach der Auflösung der *RSW* sind teilweise alte Titel vom Markt verschwunden, teilweise haben wenige Blätter überlebt. Die Entwicklung der Blätter die in der Volksrepublik Polen existiert haben, und in den Jahren 1990 und 1991 privatisiert wurden, verlief recht unterschiedlich. Entwicklungsoptionen, wie die Beibehaltung oder der Verlust ihrer Marktposition, waren von ihrer publizistischen Umorientierung oder der Änderung ihrer Erscheinungsweise abhängig. Auf landesweiter Ebene konnten sich von zehn alten Titeln, die im Jahre 1989 überregional verbreitet waren, gerade zwei Titel den wettbewerbsorientierten Marktbedingungen anpassen. Dabei handelte es sich um die *Rzeczpospolita* und die *Trybuna*:

#### ***Rzeczpospolita***

Die *Rzeczpospolita* (Republik) galt früher als Regierungszeitung, heute genießt sie den Ruf eine der renommiertesten Qualitätszeitungen Polens zu sein. Am Anfang der 90er Jahre wurde sie außerhalb der Versteigerungen privatisiert. Im Februar 1991 wurde sie in die *GmbH Presspublica* integriert, an der die polnische Regierung mit 51% und der französische Konzern *Socpress/Hersant* zu 49% beteiligt war. Noch bevor die *Rzeczpospolita* privatisiert wurde, hat der damalige Premierminister Tadeusz Mazowiecki im Jahre 1989 mit dem damaligen Chefredakteur und in Polen sehr bekannten Publizisten Dariusz Fikus die Vereinbarung getroffen, daß die *Rzeczpospolita* nicht als ein Regierungsorgan fungieren sollte. Das Profil der Zeitung sollte anspruchsvoll, informativ und von jeglicher politischen Richtung unabhängig sein (vgl. BAJKA 1999, S. 64, FILAS 1999b, S. 41).

Um ihre Unabhängigkeit allerdings muß die *Rzeczpospolita* seit rund zehn Jahren kontinuierlich kämpfen. Seit 1992 haben bisher alle amtierenden Regierungen in irgendeiner Weise Einfluß auf die Qualitätszeitung genommen. Dabei hat sich die Beteiligung ausländischen Kapitals als ein Vorteil bei der Bewahrung der Unabhängigkeit der *Rzeczpospolita* erwiesen. Dies setzte sich auch fort, als der französische Verlag *Hersant* sich aus der *Presspublica* zurückgezogen hat. Im Jahre 1996 übernahm der norwegische Konzern *Orcla* die *Hersant*-Anteile und 2% der polnischen Regierung. Seitdem ist *Orcla* Mehrheitseigner der *Rzeczpospolita* (vgl. BAJKA 1999, S. 64).

Im Durchschnitt wird die *Rzeczpospolita* von über 600.000 Polen über dem 15. Lebensjahr gelesen. 1,3 Millionen Personen lesen mindestens eine Ausgabe in der Woche. Die Leser der Tageszeitung sind hauptsächlich Personen auf Führungspositionen und Personen mit höheren Einkommen. Außerdem wird sie ebenfalls von Angestellten der Staats- und Gemeindeverwaltung, Juristen, Spezialisten und Freiberuflern sehr geschätzt. Das Blatt wird im gleichen Maße von Männern und Frauen gelesen. In der Leserstruktur dominieren Personen zwischen dem 25. und 45. Lebensjahr. Diese spezifische Lesergruppe ist ein

Grund dafür, daß die *Rzeczpospolita* ein sehr attraktiver Werbeträger ist. Die durchschnittliche Auflage der Tageszeitung im Jahr 2006 betrug täglich 248 000 Exemplare (vgl. RZECZPOSPOLITA 2007).

### ***Trybuna***

*Trybuna Ludu* (Volkstribüne) war im ehemals kommunistischen Polen das auflagestärkste Organ der Partei. Anfang der 90er Jahre hatte es die *Trybuna* mit dem Image als alte Parteizeitung der Kommunisten nicht besonders leicht. Auch ihre scharfen polemischen Attacken gegen politische Gegner brachten ihr wenig Sympathien ein. Das wirkte sich nachhaltig auch auf die wirtschaftliche Situation der *Trybuna* aus, zudem litt sie enorm in den Jahren 1990 und 1991 an Leserschwund, was zu Massenentlassungen führte. Erst nach den gewonnen Wahlen der Linksallianz 1993 konnte sie ihre Auflagenhöhe steigern. Obwohl die *Trybuna* die demokratische Linksallianz offen unterstützte, galt sie in den 90ern nicht mehr als eine klassische Parteizeitung. Im Jahre 2001 erschien die *Trybuna* (Tribüne) in einem kleineren Format weiter. Die *Trybuna* bezeichnet sich immer noch als eine sozialdemokratische Zeitung und gilt als Organ der demokratischen Linksallianz (SLD) in Polen (vgl. HADAMIK 2003, S. 155).

### ***Die Entwicklung anderer Titel***

Weitere alte überregionale Titel mußten sich auf dem Markt umorientieren, um bestehen zu können. So hat die ehemals hoch renommierte und älteste polnische Tageszeitung *Życie Warszawy* (Warschauer Leben) sich in dem Umfang nicht mehr auf dem Tageszeitungsmarkt behaupten können. Bei der Auflösung der RSW war ein hochpolitischer Kampf um dieses Blatt entbrannt und schließlich für die Rekordsumme von 40 Milliarden alte polnische *Złoty* (PLN) an ein Konsortium verkauft in dem der italienische Medienunternehmer Nicola Grauso beteiligt war. Die Ambitionen der Chefredaktion kollidierten schließlich mit den wirtschaftlichen Interessen des Eigentümers, der durch eine populär ausgerichtete Berichterstattung mehr Leser gewinnen wollte. Dies führte aber letztendlich zu Verlusten des Blattes. Mit einer neuen Chefredaktion im Jahre 1993 wurde *Życie Warszawy* (Warschauer Leben) schließlich in eine Hauptstadt-Zeitung umgewandelt (vgl. MIELCZAREK 1998, S. 183).

Andere Blätter, wie die ehemals landesweit verbreitete katholische Tageszeitung *Światło Powszechne* (Allgemeines Wort), der ehemals sehr populäre *Express Wieczorny* (Abend-Express), *Dziennik Ludowy* (Volks-Zeitung), sowie der *Kurier Polski* (Polnischer Kurier) mußten eingestellt werden. Man vermutet, daß die Tageszeitungen wie z.B. die oben genannte katholische Tageszeitung, in hoher Auflage gedruckt und an spezifische Zielgruppen ausgerichtet, endgültig vom Markt verschwunden sind.

Im Bereich der regionalen Presse haben sich die meisten der alten Titel auf dem Markt behaupten können. Das lag einerseits daran, daß die Leser den ihnen bekannten Titel treu geblieben sind, andererseits an einem enormen Modernisierungsschub, der Anfang der 90er Jahre einsetzte (vgl. HADAMIK 2003, S. 157).

### 3.3.3 Erfolgreiche Neugründungen nach der Auflösung der RSW

Seit der Aufhebung der Zensur und der Ermöglichung von Zeitungsgründungen sind in Polen ca. 7.000 neue Titel registriert worden, von denen aber viele nie am Kiosk erschienen sind bzw. schon längst von Pressemarkt verschwunden sind. Die Lage des Pressemarktes in den 90er Jahren ist durch eine hohe Instabilität gekennzeichnet, niemand wußte genau wie groß das Angebot tatsächlich war (vgl. KOWOL 1994). Obwohl viele neu erschienene Publikationen nach einer kurzen Zeit ihre Tätigkeit wieder einstellen mußten verzeichnete man insgesamt ein großes Wachstum bei den Neugründungen seit 1989.

Zu den neuen Vertretern der polnischen überregionalen Presse zählen z.B. Wirtschaftszeitungen wie *Puls Biznesu* (Puls der Wirtschaft), *Prawo i Gospodarka* (Recht und Wirtschaft) und *Gazeta Gieldy Parkiet* (Börsen Zeitung Parkett). Im regionalen Angebot konnten sich *Kurier Poranny* (Morgen Kurier/Bialystok), *Express Bydgoski* (Express von Bromberg), *Glos Koszalinski/Slupski* (Stimme von Koszalin/Slupsk), *Nowa Trybuna Opolska* (Neue Tribüne von Oppeln), *Super Nowosci* (Super Neuigkeiten/Rzeszow) durchsetzen (vgl. BAJKA 2000b, S.147). Zu den erfolgreichsten Angeboten der Neugründungen auf den polnischen Pressemarkt zählten mit Abstand die Tageszeitungen *Gazeta Wyborcza* (Wahlzeitung), das Boulevardblatt *Super-Express* und seit 2003 die beiden Springer Produkte *Fakt* und *Dziennik* (Tageszeitung).

#### ***Gazeta Wyborcza***

Die Geschichte der *Gazeta Wyborcza* (Wahlzeitung), die sich zur größten polnischen Tageszeitung entwickelte konnte, verdient es ausführlicher behandelt zu werden. Sie wird nicht ohne Grund auch als eine „unheimliche Erfolgsstory“ bezeichnet. Die erste Ausgabe wurde vor den ersten freien Wahlen am 08. Mai 1989 herausgegeben. Lech Walensa, der damalige Präsident, bestimmte Adam Michnik als Chefredakteur, der diese Funktion bis heute ausübt. Die erste Ausgabe führte der Slogan Es gibt keine Freiheit ohne die *Solidarnosc* an und titelte mit einer Erklärung Lech Walensas. Die Gründer der *Gazeta Wyborcza* nutzten die historische Chance. Ihr Weitblick ermöglichte schließlich das Entstehen einer von Anfang an unabhängigen reformierten Zeitung (vgl. GARTNER 1999, S. 33).

Herausgegeben wurde das Blatt von der *GmbH Agora*, welche im Jahre 1989 von dem polnischen Regisseur Andzej Wajda, einen führenden *Solidarnosc* Aktivisten, Aleksander Paszynski und Zbigniew Bujak gegründet wurde. Der notorische Papiermangel der Volksrepublik Polen führte zunächst zu einer kleinen Auflage von 80 000 Exemplaren, die aber sofort vergriffen war. Die Auflagenzahlen stiegen relativ schnell, so konnte man gegen Ende 1989 schon über eine halbe Million Exemplare zählen, die täglich gedruckt und verkauft wurden. Bereits Mitte der 90er Jahre hatte das Blatt eine Auflage von 750 000 Exemplaren (vgl. HADAMIK 2003, 158). „Die starke Orientierung an westlichen Vorbildern aus dem angelsächsischen Raum, der engagierte Arbeitsstil, der Schreibstil (verdichtete, präzise mit einfacher Sprache geschriebene kurze gehaltvolle, leicht verständliche Texte), die intensive Zusammenarbeit zwischen Redakteuren und Journalisten

und ein ethischer Kodex ermöglichten der *Gazeta* in der Anfangsphase eine hohe journalistische Qualität.“(GARTNER 1999, S. 33)

Die Faktoren die zum Erfolg der *Gazeta Wyborcza* führten sind mannigfaltig. So zeichnete sich das Blatt durch Lokalausgaben aus, die als Ergänzung zum Mantelteil angeboten wurden. Durch die schon vor Jahren eingesetzte Technik des Telesatzes in der damaligen Parteipresse konnte die *Gazeta Wyborcza* in mehreren Regionen gleichzeitig drucken. Dadurch konnte sie in fast allen Regionen Polens druckfrisch und aktuell ausgeliefert werden (vgl. HADAMIK 2003, S. 159). Auch die ungewöhnlich guten Arbeitsbedingungen der *Gazeta* spielen dabei eine Rolle, so stellt die *Gazeta Wyborcza* bevorzugt nicht vorbelastete Mitarbeiter wie Absolventen verschiedenster Fachrichtungen und Studenten ein. Sie gibt Studenten die Möglichkeit als Praktikanten für die Dauer eines halben Jahres den Beruf des Journalisten zu lernen (vgl. GARTNER 1999, S. 36). Aber auch die publizistischen und wirtschaftlichen Ziele des Managements des Blattes heben es von der Masse ab. Das Management legt von Anfang an großen Wert auf die Anzeigeneinnahmen. So konnte die *Gazeta* frühzeitig Sponsoren und Investoren für dringende Modernisierungen des Redaktionsablaufs und den Bau einer modernen Druckerei gewinnen. Auch die Eigentumsgesellschaft *Agora SA* hat sich bis Ende 2001 zu einem sehr erfolgreichen Medienkonzern etablieren können, das im Sektor überregionaler Tageszeitungen eine marktführende Position einnimmt (vgl. HADAMIK 2003, S. 159).

### ***Super Express***

*Super Express* ist auf dem polnischen Pressemarkt die erste Boulevardzeitung gewesen. Im Vergleich zur deutschen „Bild“ und britischen „Tabloids“ gehört das Blatt eher zu der harmlosen Version der sensationsbetonten Boulevardzeitungen. Das Blatt erschien schon zu Beginn im Tabloid Format, welches sich durch viele Photos, Illustrationen, kurzen Texten und einfacher Sprache auszeichnete. Einige Monate wurden die Beiträge der Zeitung einfachen Leuten von der Straße vorgelegt, um sie auf ihre Verständlichkeit zu prüfen. Polnische Medienexperten vermuten, daß der Erfolg des Blattes an der Vielzahl unkonventioneller und in Polen kaum bekannter Aktionen liegt, mit denen die Zeitung ihre Auflage auf teilweise zwei Millionen steigern konnte. Zu solchen Aktionen gehören zahlreiche Lotterien oder Beilagen von CDs. Die Freitagsausgabe mit der zusätzlichen Fernsehbeilage übertraf sogar die Auflage der *Gazeta Wyborcza* (vgl. HADAMIK 1999, S. 159).

### ***Andere Neugründungen***

Eine Besonderheit auf dem polnischen Pressemarkt stellt noch die am 20. Oktober 2003 erschienene Boulevardzeitung *Fakt*. Das Produkt ähnelt von Aufmachung und Inhalt der „Bild“ Zeitung und gilt für nur 1 PLN als billigste Tageszeitung in Polen. Allein in den ersten neun Tagen verzeichnete *Fakt* ca. 340 000 verkaufte Exemplare und konnte somit das Konkurrenzblatt *Super Express* mit nur 298 000 verkauften Exemplaren überrunden. Der Start von *Fakt* gilt als der erste Neuzugang auf dem schrumpfenden Markt der

Tageszeitungen seit 1998 (vgl. FILAS/PLANETA 2004, S. 531). Das andere Produkt des Verlages ist die Neugründung des Qualitätsblattes *Dziennik Polska Europa Swiat* (Tageszeitung Polen Europa Welt). Die Tageszeitung erscheint seit dem 18. April 2006 auf dem polnischen Pressemarkt, ist stark an die deutsche Die Welt angelehnt und zählt zu so genannten meinungsbildenden Blättern (vgl. BARANOWSKI 2007). Laut Verlagsangaben richtet sich die überregionale Zeitung „an eine junge und gebildete Leserschaft, die sich gleichermaßen für polnische, europäische und internationale Themen interessiert“. *Dziennik* erscheint montags bis Samstag mit wechselnden themenspezifischen Beilagen. Die Markteinführung der bisher auf dem polnischen Pressemarkt unbekanntem Zeitungsformate brachte das Konkurrenzverhalten und damit die gesamte Struktur des polnischen Tagespressesektors durcheinander. Auf die Strategie des Verlages und die Auswirkungen auf den Pressemarkt wird im Laufe der Untersuchung im Kapitel 6.3 eingegangen.

Eine andere, aber dennoch wichtige Rolle in der polnischen Gesellschaft und auf dem Tageszeitungsmarkt spielt die katholische Tageszeitung *Nasz Dziennik* (Unsere Tageszeitung). Das konservativ-katholische Blatt berichtet seit acht Jahren über Geschehnisse in Polen und in der Welt aus der katholischen Perspektive, welche die religiöse und patriotische Wertevermittlung in der Berichterstattung in den Vordergrund rückt. In der polnischen Gesellschaft wird die Tageszeitung von kirchlichen Vertretern, der Landbevölkerung und katholisch geprägten Lesern gelesen (vgl. NASZ DZIENNIK 2007). Das Organ der katholischen Kirche hat neben anderen katholischen Publikationen eine starke meinungsbildende Funktion.

### **3.3.4 Veränderungen in polnischen Tageszeitungen: Verbessertes Layout, größere Kundenorientierung, Regionalisierung und Auflagenschwankungen**

Im Vergleich zu alten RSW Publikationen der Volksrepublik Polen und den Tageszeitungen die heute erscheinen, fällt zuerst der Wandel des graphischen Layouts auf, das sich enorm verbessert hat. Dieser Wandel fand nicht nur bei den großen überregionalen Zeitungen statt, auch bei den regionalen Blättern ist die Druck- und Papierqualität besser geworden, das Layout moderner und der Umfang größer.

Zudem konnte man eine bessere Orientierung und Abstimmung auf die Leser feststellen, was zu einem erheblichen Anstieg der Service-Inhalte führte. So wurden z.B. von dem erfolgreichen Regionalblatt *Gazeta Pomorska* (Meereszeitung) so genannte Lese - Klubs gegründet. Bis zum Ende 1999 konnte das Regionalblatt 80.000 Leser davon überzeugen, Mitglied des Klubs zu werden. Die Mitglieder der Lese-Klubs profitierten von Rabatten bei Unternehmen, die mit der Zeitung zusammenarbeiteten und Vergünstigungen bei Abonnements. So konnte die *Gazeta Pomorska* neben der Regionalzeitung *Dziennik Zachodni* (Westzeitung) die höchsten Verkaufszahlen unter polnischen Regionalzeitungen verzeichnen, was auf eine größere Kundenbindung schließen lässt (vgl. BAJKA 1999, S. 141).

Ein neues Phänomen des Tagespressemarktes war die zunehmende Regionalisierung der Medien. Die Regionalisierung wirkte sich hauptsächlich durch regionale und lokale Beilagen der großen Tageszeitungen wie der *Gazeta Wyborcza* bezüglich der Konkurrenz ungünstig auf die Lokale Presse aus. Kleinere Blätter mit lokaler Berichterstattung, Werbung und Anzeigen galten zu Anfang als etwas Neues auf dem polnischen Pressemarkt. Dieser Trend der Regionalisierung der Presse wurde als Demokratisierung des Alltags in den lokalen Gemeinschaften angesehen (vgl. KOWOL 1994)

Die Einschätzung des polnischen Presseforschers Zbigniew Bajka (1999, S. 54), daß sich von allen Pressegeattungen die tagesaktuelle Presse am meisten verändert hat und daß sie den höchsten Preis für den Wandel zahlen mußte, basiert auf der Tatsache, daß die Auflage der polnischen Tagespresse von 7.511.000 täglich gedruckten Exemplare im Jahre 1989 auf 4.270.000 täglich gedruckte Exemplare im Jahre 1999 gesunken ist, von denen wiederum im Durchschnitt nur 3.000.000 verkauft werden konnten. Von dieser Krise sind nicht nur überregionale Blätter betroffen, auch auf dem Markt der Regionalzeitungen sind diese Veränderungen spürbar, wenn auch nicht in einem beträchtlichen Maße (vgl. HADAMIK 2003, S. 152).

## ***Kapitel 4 Forschungsansätze zur Rolle der Medien im Transformationsprozeß***

Ausschlaggebend bei der Analyse der Untersuchungen zum Thema, war der gemeinsame Konsens der Forschungsansätze, in dem Faktoren hervorgehoben wurden, die die Rolle der Medien im Übergangsprozeß definieren. Das folgende Kapitel zeigt diese Faktoren auf und stellt Ansätze vor, die die Bedeutung der Medien in der Transformation aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchten.

### **4.1 Medienwissenschaftliche Forschungstendenzen zum Transformationsprozeß**

Bei der oberflächigen Betrachtung medienwissenschaftlicher Ansätze, kann man sowohl auf der Seite der westlichen Untersuchungen als auch in der polnischen Perspektive einen gemeinsamen Konsens erkennen, der jeweils andere Prioritäten und Beobachtungen voraussetzt. Bei westlichen Wissenschaftlern wie Katharina Hadamik (2003) sieht man besonders die Frage nach der Demokratisierung der Medien und die damit verbundene Pressefreiheit hervorgehoben die auch Barbara Thomas und Michaela Tzankoff (2001) in ihren Untersuchungen teilen. Wichtig erscheint dabei die Frage der Instrumentalisierung der Medien durch Politik und Wirtschaft, die bei Thomas/Tzankoff ebenfalls erwähnt wird.



Bei Positionen der polnischen Wissenschaftler erkennt man eine eher detaillierte Auseinandersetzung mit der Thematik, die durch die interne Perspektive auch mehr Facetten in diesem Bereich zulässt. Eine genaue Betrachtung und Gegenüberstellung der Unterschiede und Gemeinsamkeiten beider Positionen und Ansätze wird jedoch erst im zusammenfassenden Teil der Diplomarbeit erörtert. Im Laufe der Analyse der Untersuchungen ist deutlich geworden, daß der äußere Rahmen der Transformation von drei Fragen geprägt wurde:

- Die Rolle der Medien in der Transformation
- Die Entwicklungsrichtung der Medien
- Die Rolle der EU-Integration

Die Klärung dieser Fragen soll als Basis der medienwissenschaftlichen Ansätze und Positionen fungieren und im weiteren Verlauf des Kapitels erläutert werden.

#### **4.1.1 Die Rolle der Medien in der Transformation**

Trotz des Bedarfes von Untersuchungen von Mediensystemen in Transformationsgesellschaften, ist es immer noch schwierig konkrete Ansätze, insbesondere in westlichen themabezogenen Studien zu finden (vgl. DOBEK-OSTROWSKA 2003, S.62, BLUMLER 1997, S. 16 f). Obwohl Untersuchungen zu Übergängen in demokratische Systeme und zur Konsolidierung der Demokratie zahlreich bestehen, findet man dort nur wenig über die Rolle der Medien und ihre Funktionen, die zur Transformation beitragen.

Die Politologin und Medienwissenschaftlerin Bogusława Dobek-Ostrowska, betrachtet Medien als eine politische Variable in der Transformation. Ihre Untersuchungsfrage lautet: In welcher Weise beeinflussen die Beziehungen zwischen politischen Eliten und Massenmedien den Demokratisierungsprozeß - erleichtern oder beeinträchtigen sie diesen? Berücksichtigt wird die Privatisierung der Medien und die damit zusammenhängende Veränderung der Rechtslage. Zugleich werden der rapide Wandel und Anpassung an die neuen Marktbedingungen des Printmediensektors im Vergleich zu anderen Mediensektoren betont (vgl. DOBEK-OSTROWSKA 2003, S. 62 ff).

Die Schweizer Medienwissenschaftlerin Lucie Hribal sieht Medien als Abbild des Transformationsstandes und gleichzeitig als die Antriebskräfte der Umgestaltung oder Stabilisatoren der bisherigen Herrschaftsverhältnisse. Sie mißt der Bedeutung der Funktionen der Medien die zum sozialen Wandel beitragen eine große Rolle bei. Dieser Untersuchungsansatz rückt zuerst die Rahmenbedingungen der Medienstrukturen in Vordergrund, wobei analytische Ansatzstellen aufgezeigt werden, die eine systematische Beurteilung der Medienleistungen für eine Konstituierung von Demokratie erlauben (vgl. HRIBAL 2003, S. 70 ff).

Ebenfalls stellt der englische Medienwissenschaftler Jay G. Blumler das Verhältnis von Medienwandel und Gesellschaftswandel in den Vordergrund. Neben der Kritik, die Blumler an der mangelnden Forschung der Medienwissenschaften zu der erwähnten Beziehung

anspricht, entwickelt er auch Ansätze, die insbesondere wichtige Schnittpunkte von Entwicklungen in den Bereichen Gesellschaftswandel und Medienwandel bestimmen, sowie die Rolle von medienpolitisch relevanter Projekte und ihren Einfluß auf die Entwicklung der Medien hervorheben (vgl. BLUMLER 1997, S. 25).

Die gegenseitige Beeinflussung zwischen Medien und Gesellschaft wird betont auch vom Karol Jakubowicz betont. Insbesondere hebt er die Beziehungen zwischen Massenmedien und dem sozialen Wandel als ein Zusammenspiel dreier Elemente hervor: Kommunikationstechnologien, Form und Inhalt von Medien und der gesellschaftlichen Entwicklung. (vgl. JAKUBOWICZ 2003, S. 21).

Michaela Tzankoff berücksichtigt den akteurstheoretischen Ansatz, wobei sie die höhere Bedeutung der politischen Eliten als der Massen betont. Medien werden entwicklungspolitische Funktionen zugeschrieben, der Einfluß auf die Öffentlichkeit untersucht und die Besitzverhältnisse näher beleuchtet. Schließlich werden Funktionen der Medien aus der Sicht der relevanten Akteure zusammengestellt (vgl. TZANKOFF 2001, S. 146 ff).

#### **4.1.2 Die Entwicklungsrichtung der Medien**

Nach der Einbettung der Rolle der Medien in die Transformation, hat die Entwicklungsrichtung der Medien eine Bedeutung. Dabei stellt sich die Frage auf: Welche Funktionen oder Ziele sollten Medien in einer Demokratie erfüllen und welche Modelle werden dabei angestrebt bzw. entwickelt?

Der Soziologe Jürgen Habermann zeigte sieben Ziele von Funktionen der Medien auf, die sie in einem demokratischen System erfüllen sollten:

- Die Beaufsichtigung politischer und gesellschaftlicher Entwicklungen und eine kritische Berichterstattung über die Auswirkungen dieser auf die Öffentlichkeit
- Die Themenrangfolge der Medien wird vom Rezipienten bestimmt
- Gestaltung einer Plattform für Politiker, Pressesprecher und Interessierte, die in dieser ihre Interessen vertreten können
- Gestaltung eines Dialoges zwischen verschiedenen Standpunkten und Sichtweisen, wie z.B. zwischen Machthabern und der Öffentlichkeit
- Einsetzen von Mechanismen zur Kontrolle der Arbeitsweise von Behörden
- Schaffung von Anreizen für Bürger zur Bildung, Wahlbeteiligung und dem Mitwirken am öffentlichen Leben
- Einschränkung äußerer Kräfte und Faktoren, die versuchen die Unabhängigkeit der Medien zu untergraben (vgl. JAKUBOWICZ 2003, S. 28)

Die Festlegung der Ziele, die ein Mediensystem nach dem Übergang erreichen sollte, dient als eine Grundlage für das Modell welches angestrebt wird. In dem Zusammenhang existiert häufig die Annahme, daß eine Abkehr vom Kommunismus zwangsläufig eine Hinwendung zur Demokratie bedeutet. Diese Hinwendung zur Demokratie ist stark an westlichen Modellen orientiert. Hierbei wird oft von einer Adaption westlicher

Medienordnungsmodelle gesprochen. Obwohl verschiedene Leitvorstellungen in der westlichen Welt existieren und erörtert werden, gibt es bisher kein einziges Modell, welches als Musterbeispiel für postkommunistische Medienordnungen gilt (vgl. HADAMIK 2003, S. 47).

Um die wichtigsten westlichen Modell-Typen abzubilden, hilft die Orientierung an einer Zusammenfassung von Hallin und Mancini, das die Dimensionen und Variationen von westlichen Mediensystemen differenziert. Dazu muß betont werden, daß dieses Modell nur eine grobe Klassifizierung darstellt und die Mannigfaltigkeit tatsächlich existierender Ausformungen wiedergibt.

**Tabelle 3 Modellvariationen westlicher Mediensysteme**

	<b>Das mediterrane oder polarisiert-pluralistische Modell</b>	<b>Das nordmitteleuropäische Oder demokratisch Korporatistische Modell</b>	<b>Das nordatlantische oder liberale Modell</b>
<b>Länder</b>	<i>Griechenland, Portugal, Italien, Spanien, Frankreich</i>	<i>Österreich, Belgien, Dänemark, Finnland, Deutschland, Niederlande, Norwegen, Schweden, Schweiz</i>	<i>USA, Kanada, Irland, Großbritannien</i>
<b>Zeitungsindustrie</b>	kleine Zeitungsauflagen, elitäre, politisch orientierte Presse	mittlere bis hohe Zeitungsauflagen, frühe Entwicklung der massenorientierten, kommerziellen Presse	Mittlere Zeitungsauflagen, frühe Entwicklung der massenorientierten, kommerziellen Presse
<b>Politischer Parallelismus</b>	Außenpluralismus, Kommentar-orientierter Journalismus	Außenpluralismus, starke Parteipresse bis zu den 70er Jahren, Kommentarorientierter und informationsorientierter Journalismus	Innenpluralismus (Ausnahme Großbritannien), informationsorientierter Journalismus
<b>Professionalisierung</b>	schwache Professionalisierung, Instrumentalisierung von Journalisten	starke Professionalisierung, institutionalisierte Selbstregulierung	starke Professionalisierung, nicht-institutionalisierte Selbstregulierung
<b>Rolle des Staates in Bezug auf die Medien</b>	starker Staatsinterventionismus, Perioden der Zensur, drastische Deregulierung	starker Staatsinterventionismus, Presseförderung, starker öffentlich-rechtlicher Rundfunk	Markt-Modell (Ausnahme: öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Großbritannien, Irland und Kanada)

<b>Politische Geschichte sowie Konflikt- und Konsensmuster</b>	späte Demokratisierung, polarisierter Pluralismus	frühe Demokratisierung, moderater Pluralismus (außer Deutschland bis 1945)	frühe Demokratisierung, moderater Pluralismus, eher individualisierte als organisierte Repräsentation (insbesondere USA)
<b>Konsens- oder Mehrheitsregierung</b>	beides	vorwiegend Konsensregierung, demokratischer Korporatismus	vorwiegend Mehrheitsregierung
<b>Rolle des Staates</b>	Lenkung, autoritäre Perioden, starker Wohlfahrtsstaat in Italien und Frankreich	starker Wohlfahrtsstaat	Liberalismus, schwacher Wohlfahrtsstaat

Quelle: HADAMIK 2003, S. 47

Polnische Medienwissenschaftler betonen, daß bei der Transformation keine spezifischen Medienordnungsmodelle angestrebt wurden. Als Orientierungsrahmen wurde jedoch das Modell für Pressefreiheit in den USA gesehen, für Journalistische Professionalität wiederum bei BBC. Bisher ist es dem polnischen Pressesystem noch nicht gelungen sich einem dieser Vorbildmodelle anzunähern. *„Das bislang verwirklichte Modell des Mediensystems nähert sich in Bezug auf Inhalte von Illustrierten dem Modell der deutschen bunten Presse und im Bezug auf die Verbindungen zur Politik dem Italienischen Modell“*(GOBAN-KLAS 1999, S. 69)

Die Tendenz zum italienischen Medienmodell schreibt der polnische Wissenschaftler Goban-Klas einer fehlenden medienpolitischen Strategie zu.

Das italienische Modell unterscheidet sich durch vier Merkmale von Medien in anderen westlichen Ländern:

1. Eine starke Staatskontrolle beeinflusst die Medien. Entweder eine direkte Kontrolle, wie beim staatlichen Rundfunk und Fernsehen, oder indirekt – durch verschiedene Formen der Presseförderung
2. Ein hohes Ausmaß an parteilichen Engagement herrscht in den Medien
3. Ein hohes Ausmaß an Verbindungen zwischen dem Journalisten- und Politikermillieu
4. Es gibt kein vereinbartes System professioneller und ethischer Werte für den Journalismus

### 4.1.3 Die EU-Integration und die Rolle der Medien

Seit der Osterweiterung Europas im Jahre 2004 stellt sich die Frage nach der Integration in die EU für Polen. Nicht nur im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bereich wurden durch den Beitritt viele Fragen aufgeworfen, auch in medienpolitischer Hinsicht gibt es noch bezüglich der Integration Klärungsbedarf. Die Politologin Christiane Franz (2000), setzt die EU-Integration von Polen als Transformationsrahmen voraus. In ihren Untersuchungen analysiert sie die Entwicklung in Polen von der politischen Wende 1989 bis zur demokratischen Konsolidierung, darüber hinaus beleuchtet sie die Zusammenhänge der Hilfeleistungen der EU und der Demokratisierung Polens. Der Entschluß der polnischen Regierungspartei, eine EU-Integration anzustreben wurde in dieser Studie insbesondere verdeutlicht : *„Alle politischen Kräfte und Parteien mit Einfluss, haben als oberstes politisches Ziel die EU-Integration definiert und sind bereit, den Transformationsrahmen als Gestaltungsspielraum zu akzeptieren, den die EU bietet sowie davon ausbrechende Kräfte einzuhegen.“* (FRANTZ 2000, S. 243)

Der Prozeß der EU-Integration wurde im Gegensatz zu der positiven Einstellung der politischen Eliten von der polnischen Öffentlichkeit kritisch bis kontrovers begleitet. Durchgeführte Umfragen des *Institutes für öffentliche Meinungsforschung* (Centrum Badania Opinii Społecznej - CBOS) ergaben, daß die Gruppe der EU-Gegner Bedenken bezüglich der Souveränität Polens äußerte und Ängste vor Arbeitslosigkeit hegte. Diese Umfragen ergaben ebenfalls, daß 84% der Befragten über einen Informationsmangel in der Berichterstattung der Medien hinsichtlich der EU-Integration klagte. Insbesondere wurde die Oberflächlichkeit und Einseitigkeit der Berichterstattung zum Thema bemängelt. 55% der Befragten standen dem EU-Beitritt positiv gegenüber und sahen die Integration als eine Chance für Verbesserungen auf der wirtschaftlich-gesellschaftlichen Ebene in Polen an. (vgl. SASINSKA-KLAS 2004, S. 108).

Der Beitritt in die EU war auch für die Medien sowohl mit Befürchtungen, als auch positiven Assoziationen verbunden. Westliche EU-Institutionen die eine Integration Polens auf jeder Ebene anstrebten, bezogen sich ebenfalls auf die Medienlandschaft. Allerdings wurde in diesem Zusammenhang kritisiert, daß die Ziele der Europäischen Kommission sich zu sehr auf wirtschaftliche Interessen stützten und Polen zunächst als eine neue Plattform für die Öffnung von Märkten angesehen wurde (vgl. JAKUBOWICZ 1996, S. 2). Obwohl sich manche Befürchtungen in dieser Hinsicht bewahrheiteten, hat auch der EU-Beitritt zur Demokratisierung der Medien Einiges beigetragen. So richtet sich die polnische Medienpolitik nach EU-Standards, die mit medienpolitischen Maßnahmen verbunden sind. Insbesondere sind an dieser Stelle das Antimonopolgesetz und das Informationsrecht hervorzuheben. Im Bereich der Printmedien bleibt jedoch die Gesetzeslage weitgehend unverändert, weil sie noch an die landeseigenen Standards angepasst bleibt (vgl. NOWINSKA 2004, S. 38 ff).

Ausgehend von der Rolle der Medien im Integrationsprozeß, läßt sich feststellen, daß Bedarf an der Kontrolle bei Vorgängen in der Europäischen Union besteht. An dieser Stelle wird die Entfernung zwischen Brüssel und den europäischen Bürgern als ein Kernproblem

der Akzeptanz gesehen. Die Medien werden als ein notwendiges Instrument gesehen, das den Bürgern durch die kritische Berichterstattung das Gefühl gibt, daß innerhalb der europäischen Politik Transparenz gegeben ist (vgl. BRESZOVSKY 2004, S. 12 f).

## ***Kapitel 5 Medienpolitischer Rahmen der Transformation***

Die Festlegung demokratischer Werte in der Politik, den Medien und damit auf der institutionellen Ebene, erfordert zunächst einen neuen rechtlichen Rahmen, der die Bedingungen für eine Demokratie schafft. Das folgende Kapitel erläutert in seinem ersten Teil den Begriff der Informationspolitik, wie er in Polen im Kontext der sozialistischen Belastung gegenwärtig aufgefasst wird, und wie sich gegenwärtig das Verhältnis zwischen Politik und Medien gestaltet. Dabei wird die Bedeutung der katholischen Kirche berücksichtigt, die in Polen viel zum Wandel der Medien beigetragen hat und gegenwärtig einen nicht unerheblichen Teil zur Meinungsbildung beiträgt. Der zweite Teil des Kapitels beleuchtet den Wandel des gesetzlichen Rahmens. Der letzte Teil beschreibt schließlich den Wandel von medienpolitischen Institutionen und ihren Beitrag zum Transformationsprozeß.

### **5.1 Polnische Informationspolitik und das Verhältnis der Regierung zur Presse**

Um den spezifischen Pfad der polnischen Informationspolitik verstehen zu können, ist als erstes eine Definition des Begriffes aus der polnischen Sicht wichtig. Aufgrund der kommunistischen Vergangenheit und der daraus erwachsenen Instrumentalisierung der Medien, entsteht in der Auffassung des Begriffes eine große Diskrepanz zwischen den nicht vorbelasteten Ländern und Polen. Das folgende Kapitel zeigt die polnische Sichtweise zur Informationspolitik auf, erläutert die Beziehungen zwischen der polnischen Regierung und Presse, um aufzuzeigen in welcher Weise Politik in der Tagespresse dargestellt und in wieweit die Regierung Einfluß auf die Berichterstattung in Tageszeitungen nimmt. Als letzter Punkt wird die Rolle der katholischen Kirche in der Presselandschaft als wichtiges meinungsbildendes Organ beleuchtet.

#### **5.1.1 Auffassungen und Mißverständnisse des Begriffes „Informationspolitik“**

In den ersten Monaten des Regimewechsels im Jahre 1989 herrschte eine große Verwirrung um medienpolitische Begriffe. Anfangs distanzieren sich Politiker und ihre Pressesprecher von dem Begriff *Informationspolitik*. Obwohl die Aussagen der Politiker als Absagen an das kommunistische Modell der Informationskontrolle interpretiert wurden, wird der Begriff in den Medien noch im Jahre 1994 öffentlich kritisiert und abgelehnt.

Aufgrund der schlechten Assoziationen aus vergangenen Zeiten, konnte man den darauf folgenden Mangel an konsequenten Programmen zur Informationspolitik ableiten. Dies

äußerte sich schon bei den Beratungen am „Runden Tisch“ wo zwar über die Liquidierung alter parteilicher Medienmonopole und über die Aufhebung der Zensur gesprochen wurde, aber weder durch die Regierung noch über die politischen Parteien ein positives Handlungsprogramm formuliert wurde, was dazu führte, daß die Transformation der Medien in Polen eher auf dem Wege einer lebhaften Verneinung der Vergangenheit ablief, anstelle einer kohärenten Konstruktion eines neuen Modells (vgl. GOBAN-KLAS 1999, S. 57f). Die Ablehnung des Begriffes ist auf die kommunistische Vergangenheit zurückzuführen, die ihre Informationspolitik mit dem Ziel der Verteidigung einer ideologischen Linie verfolgte. Darüber hinaus wurde die Informationspolitik von einer Zensurpraxis begleitet, die nicht genehme Meinungen und Themen aus der öffentlichen Darstellung ausschaltete. Damit trat die Informationspflicht der Medien, hinter dem Prinzip der Parteilichkeit zurück (vgl. GARSZTECKI 1997, S. 47).

In den darauf folgenden postkommunistischen Regierungen wurde der Bedarf einer Informationspolitik zwar erkannt, trotzdem mangelte es an konsequenten Programmen und mehr noch an einer Informationsdoktrin. Es fehlte einfach an dem Verständnis, daß es die Rolle des Staates sein könnte, eine Politik zur Schaffung von Rahmenbedingungen für eine freie Entwicklung pluralistischer und unabhängiger Medien zu schaffen (vgl. GOBAN-KLAS, S. 58f).

Gegenwärtig stehen die polnische Regierung und die polnische Gesellschaft dem Begriff *Informationspolitik* nicht mehr ablehnend gegenüber. Man kritisiert zwar immer noch die Art der Informationspolitik des kommunistischen Regimes, akzeptiert aber mittlerweile die Bedeutung einer Informationspolitik im Sinne eines Planes zur Demokratisierung des Mediensystems. Vor allem gewinnt die Bedeutung des Begriffes im Rahmen der EU-Mitgliedschaft einen höheren Wert und ist auch für die polnische Informationsgesellschaft nicht unwesentlich geworden.

### **5.1.2 Das Verhältnis der polnischen Regierung zur Presse**

Entgegen der Ziele der Liquidierungskommission die Presse durch die Auflösung der RSW jeglicher staatlicher Einflußnahmen zu befreien, ist der Beschluß der Auflösung selbst zum Politikum geworden. Mit der Ausrufung der Liquidierungskommission durch den Premierminister hat die Regierung die Kontrolle über den Umgestaltungsprozeß der polnischen Presse übernommen. „*Das führte dazu, daß die Liquidierung des RSW-Konzerns in gewissem Maße zur politischen Angelegenheit wurde, was eine Adaption des westlichen Modells allgemeiner Tagespresse erschwerte.*“ (GOBAN-KLAS 1999, S. 60)

Der Versuch der Einflußnahme seitens der Regierung auf die Berichterstattung wurde seit 1989 teilweise deutlicher. Dies drückte sich vor allem in öffentlichen Demonstrationen der Unzufriedenheit der Politiker über die Medien aus. Man kann nicht sagen, daß die Beziehungen der Premierminister und ihrer Pressesprecher zu den Medien positiv waren. Auch die Arbeit der Medien zeichnete sich durch fehlendes Verständnis für die öffentliche Information aus. Beispielhaft erscheint an dieser Stelle die Antrittsrede des damaligen

Premierministers Jan Olszewski vor dem Sejm, über die die *Gazeta Wyborcza* am 12. November 1991 berichtete. Der Politiker attackierte Journalisten in heftigster Weise und bezichtigte sie der Lüge und Verheimlichung schwieriger Wahrheiten vor der Gesellschaft. Der Pressesprecher des Ministers warf Journalisten vor, der Regierung gegenüber feindselig eingestellt zu sein und erklärte, daß nur Journalisten an der Pressekonferenz teilnehmen dürften, die von der Regierung für glaubwürdig befunden wurden (vgl. EBENDA, S.61). Weitere Versuche der Einflußnahme der Regierung auf Medien machten sich ebenfalls in der Personalpolitik bemerkbar. So wurden gezielt wichtige Redaktionsposten durch Personal besetzt, welches der gerade regierenden Partei nahe stand. Fast alle Chefredakteurposten des ehemaligen RSW Konzerns nach dessen Liquidierung wurden so von *Solidarnosc* Mitgliedern eingenommen. Rückblickend kann man feststellen, daß fast alle neuen Mitarbeiter bei der Presse hauptsächlich aus ihren Reihen kamen. Die *Solidarnosc* hatte zwar keinen formalen Einfluß auf die Medien, trotzdem konnte man in der *Solidarnosc* Presse kaum Kritik an der Gewerkschaft finden (vgl. EBENDA, S.63).

In den 90er Jahren war der Tageszeitungsmarkt von einem politischen Disput gekennzeichnet, der zwischen der postkommunistischen Linken und der kommunistisch vorbelasteten Rechten stattfand. Die *Gazeta Wyborcza*, die die postkommunistische Linke vertrat und der *Rzeczpospolita*, die eher die Rechte unterstützte, wurden zu Instrumenten des offenen Disputs. Die *Gazeta Wyborcza* die eindeutig den Stil der Anfangsjahre nach dem Umbruch bestimmte, nahm dabei eine marktführende Position ein. Die Situation änderte sich mit dem Aufstieg der gegenwärtigen rechts-konservativen *Recht und Gerechtigkeit* (Prawo i Sprawiedliwosc – PiS) Partei im Jahre 2001. Durch die Kooperation der *PiS* mit der nationalistisch-katholischen *LPR* (Liga der polnischen Familien) und der populistischen Bauernpartei *Samoobrona* (Selbstverteidigung) entstand eine neue politische Kraft, die im Gegensatz der politischen Konfiguration der 90er Jahre, einen starken Rechtskurs einschlug (vgl. BARANOWSKI 2007). Die Linke versuchte durch ihre mediale Dominanz den Aufstieg der neuen Rechten zu behindern. So setzte *Gazeta Wyborcza* ihre Marktposition und Autorität ein, um Stimmung gegen die neue Rechte zu machen. Allerdings kam der neuen Regierung das katholische Medienimperium des umstrittenen Priesters *Pater Rydzyk* entgegen, der über einen Radiosender *Radio Maryja*, einen Fernsehsender *TV-Trwam* und einer Tageszeitung *Nasz Dziennik* (Unsere Tageszeitung) verfügt. Seine Methoden der Managementführung, die höchst politische und offen parteiliche Berichterstattung sorgen seit geraumer Zeit im In- und Ausland für Empörung. Die Koalition zwischen der Rechten und der katholischen Kirche wirft der Opposition offen Korruption vor, der unter anderem auch die *Gazeta Wyborcza* zum Opfer fiel. (vgl. EBENDA)

Gegenwärtig spielt eine wichtige Rolle das neue *Lustrationsgesetz*, welches am 14. Februar 2007 in Kraft getreten ist und im In- und Ausland kontrovers diskutiert wird. Die Regierungspartei *PiS* hat sich damit zum Ziel gesetzt eine Art „Entkommunisierung“ durch dieses Gesetz zu schaffen und Bürger, insbesondere Mitarbeiter des öffentlichen Dienstes



auf ihre Vergangenheit hin zu überprüfen um entsprechende Maßnahmen einzuleiten. Dieses trifft im besonderen Maße auf Journalisten zu, die seit der Bekanntgabe des Gesetzentwurf zum Boykott aufrufen. Betroffen sind Journalisten, die vor dem 1. September 1972 geboren sind und die laut dem Presserecht von 1984, in der Volksrepublik Polen als Journalisten definiert wurden (vgl. PIJACZYNSKI 2007). Das neue Gesetz wird ebenfalls in Journalistenkreisen kontrovers diskutiert. Vor allem junge konservative Journalisten unter 40 befürworten diese Durchleuchtung der Vergangenheit, andere hingegen sehen im Lustrationsgesetz ein Instrument zur moralischen Diskreditierung. Insbesondere kann man das an der aktuellen Debatte, welche die *Gazeta Wyborcza* und die *Rzeczpospolita* miteinander führen, beobachten. So hat sich die liberale *Gazeta Wyborcza* an der Spitze des Protests gegen das Gesetz gestellt. Die konservative *Rzeczpospolita* dagegen nimmt die Position der Regierungspartei mit dem Argument ein, daß Journalisten als "vierte Macht" im Staate auch bereit sein müssen, sich durchleuchten zu lassen (vgl. LEIXNERING 2007).

### **5.1.3 Der Stellenwert der katholischen Kirche und ihre Rolle in der Informationspolitik**

In der Nachkriegszeit hatte die römisch-katholische Kirche in Polen einen sehr eingeschränkten Zugang zu Medien, der sich in nur wenigen Publikationen widerspiegelte. Während der kommunistischen Zeit war die katholische Kirche die einzige legal existierende unabhängige Institution in Polen, die gegenüber der kommunistischen Macht eine schützende Position einnahm und darüber hinaus über eine eigene Presse verfügte. Obwohl sich in dieser Zeit die katholische Presse ebenfalls unter starker Staatskontrolle befand, erfüllten manche Titel eine sehr wichtige Funktion in der Gesellschaft, und zwar nicht nur für Katholiken (vgl. KOWOL 1999, S. 235).

In den letzten Jahren des Kommunismus bekam die Kirche immer mehr Zugang zu Medien. Die 80er Jahre stellten für die katholische Presse eine besondere Periode dar, da sie damals oppositionellen Journalisten einen Platz bot, wo sie publizistisch arbeiten konnten. Sie öffnete sich ebenfalls denjenigen, die aus politischen Gründen in den säkularen Medien nicht arbeiten konnten oder wollten. Wenn man für die katholische Presse arbeitete, bedeutete das keineswegs, daß man sich mit der katholischen Kirche identifizierte, es war vielmehr ein Ausdruck der Unterstützung oppositioneller Arbeit der katholischen Kirche. Die katholische Presse übernahm durch die Mitarbeit der „nicht katholischen“ Publizisten eine außerkirchliche Funktion und wurde somit zu einer Alternative zur offiziell gültigen Meinung (vgl. KOWOL 1998, S.70).

Nach dem Beginn des Demokratisierungsprozesses gab es einen Wechsel vieler Publizisten der katholischen Presse zu den neugegründeten, unabhängigen und zunehmend pluralistisch werdenden Medien. Im Gegensatz zu anderen Institutionen entwickelte die Kirche eine konsequente Pressedoktrin, die den gesamten öffentlichen Bereich umfasst und alle, die in den Medien beschäftigt sind. Somit beanspruchte die Kirche für sich das Recht, den

gesamten Bereich des öffentlichen Lebens zu gestalten und sich nicht in einem „Glaubens-Ghetto“ zu verschließen.

Die Kirche in Polen steht den Medien nicht kritisch gegenüber und versucht mit den Massenmedien zu koexistieren. Trotz der katholischen Mediendoktrin ist die Auslegung der „katholischen Wertevermittlung“ die in den Medien vorherrscht, nicht immer ganz eindeutig. Einerseits spricht sich das Wochenblatt *Niedziela* (Sonntag) in seinen Beiträgen für Medien als so genannte „Wertvolle Mittel“ zur Evangelisierung aus, andererseits repräsentieren die Wochenzeitschrift *Tygodnik Powszechny* (Gemeines Wochenblatt) und die Monatszeitschrift *Wież* (Bindung) Toleranz und Pluralismus. Sie vertreten den offenen Katholizismus (vgl. GOBAN-KLAS 1999, S.69).

Neben Rundfunksendern und diversen Fernsehsendungen ist die katholische Presse auch im Zeitschriftensektor vertreten. In der Pluralisierungsphase begann die katholische Kirche mit der Herausgabe einer überregionalen Tageszeitung. Der Versuch die ehemalige Tageszeitung *Ślowo Powszechne* (Allgemeines Wort) nach 1989 zu modernisieren und wieder zu publizieren, ist letztendlich an der mangelnden Akzeptanz der katholischen Leser und herber Kritik von Außen gescheitert. Ein Bericht der *Gazeta Wyborcza* aus dem Jahre 1994 stellt fest, daß zur offiziell angegebenen Auflage des katholischen Blattes von 100.000 nur lediglich 40.000 Exemplare gedruckt, und nur 14.000 Exemplare verkauft wurden. Der Redaktion wird dort Dilettantismus, größenwahnsinniges Belehren der Leser, ein Mangel an Diskussionen zu Fragen der Kirche sowie unprofessionelles Redigieren der Zeitung vorgeworfen (vgl. KOWOL 1999, S, 239).

Nach der Niederlage der Tageszeitung *Ślowo Powszechne* im Jahre 1997, wurde ein Jahr später die neue Tageszeitung *Nasz Dziennik* von dem umstrittenen Priester *Pater Rydzyk* (siehe Kapitel 5.1.2) herausgegeben. Da die Auflagen der Tageszeitung über den *Verband zur Distributionskontrolle der Presse* nicht kontrolliert werden, können keine genauen Angaben zu den Auflagen des Blattes angegeben werden. Man spricht von einer ungefähren Auflage von 150.000 Exemplaren (vgl. STREIFF 2006). Zu dem Leserkreis gehören vor allem ältere Menschen, die zu den Stammwählern der *PiS* gehören und überwiegend auf dem Lande und in den Kleinstädten im Osten und Süden Polens leben. Die Tageszeitung gilt als Sprachrohr des national-katholischen Flügels in Polen und sympathisiert mit der gegenwärtigen *PiS* Regierung. Dementsprechend wirkt sich dies auf die Berichterstattung des Blattes aus, indem im Bezug auf die politische Arbeit der *PiS* Partei keine Kritik geübt wird (vgl. DUDEK 2006).

## **5.2 Regulierungen gesetzlicher Rahmenbedingungen**

Bis 1989 waren die polnischen Medien einer strengen, staatlichen und parteilichen Kontrolle unterworfen, was sich aber nicht unbedingt in der Gesetzgebung widerspiegelte. Paradoxerweise erschien es, als ob es in Polen große Pressefreiheit gäbe, da keine Rechtsakte existierten, die Verbote und Weisungen regulierten. „*De facto gab es die präventive Zensur in Polen seit Beginn der Volksrepublik 1946. Die verschiedenen*

*Kontrollmechanismen funktionierten viele Jahre lang ohne gesetzliche Grundlagen.*“ (DOBOSZ 1999, S. 72). Nach über vier Jahrzehnten des kommunistischen Regimes, galten freie Medien und freier Journalismus nach dem politischen Umbruch als Grundvoraussetzungen für den Aufbau eines neuen, demokratischen Polens. Der erste Schritt war die Festlegung des rechtlichen Rahmens für die Liberalisierung in den Medien. Das spiegelt sich in den gesetzlichen Bestimmungen, die seit 1989 verankert wurden. Das folgende Kapitel zeigt zunächst die Schritte der gesetzlichen Ebene auf, die zur Liberalisierung der Presse führten. In diesem Sinne wird das polnische Presserecht erläutert und die Rolle der Pressefreiheit in der polnischen Gesetzgebung betont.

### **5.2.1 Rechtsakte und Kontroversen zur Liberalisierung der polnischen Presse**

Als bedeutendes Ereignis in der medienpolitischen Gesetzgebung gilt die Aufhebung des Gesetzes über die Kontrolle von Publikationen und Veranstaltungen vom 31. Juli 1981. Mit der Aufhebung war gleichzeitig die Abschaffung der präventiven Zensur verbunden, die es in Polen seit 1946 gab. Diese Abschaffung erfolgte allerdings erst im Jahre 1990. Weitere Rechtsakte die damit einhergingen, waren die Aufhebung von Bestimmungen zur Lizenzierung von Einrichtungen im Druckwesen und eine Änderung des Systems der Lizenzierung von Tageszeitungen und Zeitschriften, die nun gerichtlich registriert werden. Das Staatsmonopol im Pressebereich konnte durch das Gesetz über die Liquidierung der RSW, welches am 22 März 1990 verabschiedet wurde, zerschlagen werden. Bereits etwas früher, im Jahre 1988 wurde das Staatsmonopol im Pressevertrieb aufgehoben (vgl. DOBOSZ 1999, S. 73 f).

Der Prozeß der Bildung gesetzlicher Rahmenbedingungen zur Liberalisierung der Presse spielte sich stufenweise ab. Das bedeutet, daß die Abkehr von der alten Ordnung nicht radikal erfolgte, sondern Schritt für Schritt stattfand. Der stufenweise Transformationsmodus beruhte auf zwei Tatsachen:

1. Der Kompromiß zwischen der *Solidarnosc* Gewerkschaft und der kommunistischen Regierung, welcher am „Runden Tisch“ vereinbart wurde
2. Die Tatsache, daß der ersten nichtkommunistischen Regierung bis Sommer 1990 auch Vertreter der kommunistischen Partei angehörten, führte zunächst zu Reformblockaden (vgl. HADAMIK 2003, S. 115)

Zur Novellierung des Presserechtes wurden einige Vorschläge gemacht. Besonders wichtig schien es, das Presserecht den Rahmenbedingungen anzupassen dem die Medien ausgesetzt waren. So wurden in diesem Zusammenhang die Bedingungen des freien Marktes, der Zugang zu Information, die journalistische Unabhängigkeit, ihre Professionalität und Konzentration des ausländischen und polnischen Kapitals auf dem Pressemarkt hervorgehoben. (vgl. JAKUBOWICZ 1997).

Die Tatsache, daß kein neues Pressegesetz in Kraft getreten ist, stieß in der polnischen Öffentlichkeit auf Kritik, was mit der Ablehnung kommunistischer Strukturen zu tun hatte. Es wurde bezweifelt ob ein kommunistisches Gesetzeswerk prinzipiell eine gute Basis

darstellte, um die Arbeit von Medien und Journalisten in einem freien, demokratischen Polen zu regeln. Insbesondere wurden viele kritische Stimmen laut, die mangelnde Rechtsakte im Bezug auf die Ausweitung ausländischer Medienkonzerne, den mangelnden Journalistenschutz im Bezug auf seine Redaktionsunabhängigkeit und weitere Gesetzeslücken bemängelten (vgl. HADAMIK 2003, S. 116).

### 5.2.2 Das polnische Presserecht

Das Presserecht wurde am 26. Januar 1984 verabschiedet. Unter dem Begriff „Presserecht“ wird eine Reihe Rechtsakte und einzelner Vorschriften verstanden, die den Bereich gesellschaftlicher Beziehungen auf dem Gebiet der gedruckten Presse und anderer Massenmedien regeln. Obwohl das Gesetz relativ detailliert aufgefächert ist, läßt es viele Fragen in Bezug auf die Medien offen (vgl. DOBOSZ 1999, S. 71). Im Jahre 1989 wurde das Pressegesetz novelliert und am 11. April 1990 verabschiedet. Bei dem neuen Pressegesetz handelte es sich also um eine überarbeitete und erweiterte Fassung des alten Presserechts. Der erste Artikel, der in der ursprünglichen Fassung die Beziehung zum sozialistischen Staat zum Inhalt hatte, wurde geändert in: *„Im Einklang mit der Verfassung der Republik Polen genießt die Presse Meinungsfreiheit und realisiert das Recht der Bürger, redlich informiert zu werden, sie macht das öffentliche Leben bekannt und übt gesellschaftliche Kontrolle und Kritik aus.“* (SEJM 2007) Hiermit wurde die Meinungs- und Pressefreiheit erstmals formal-rechtlich garantiert.

Das polnische Presserecht enthält folgende Kapitel:

- I. Allgemeine Vorschriften
- II. Rechte und Pflichten von Journalisten
- III. Presserat
- IV. Organisation der Pressetätigkeit
- V. Richtigstellungen und Gegendarstellungen
- VI. Mitteilungen und Bekanntmachungen
- VII. Rechtliche Zuständigkeit der Gerichte
- VIII. Verfahrensablauf in Presseangelegenheiten (vgl. DOBOSZ 1999, S.76)

Besonders hervorzuheben sind das Recht auf Informationen, welches im Kapitel der Rechte und Pflichten von Journalisten verankert ist und das Recht auf Pressekritik, welches im Artikel 41. im Kapitel für rechtliche Zuständigkeiten der Gerichte zu finden ist. Beide Komponenten des Presserechts tragen zur Verankerung der Pressefreiheit in der Gesetzgebung bei:

Das *Recht auf Informationen* beinhaltet im Art. 4. die verankerte Auskunftspflicht von Institutionen (staatlichen Stellen, Unternehmen; Genossenschaften, gesellschaftlichen Organisationen, Gewerkschaften) sowie die Auskunftspflicht spezifischer Personen

gegenüber der Presse. Von der Auskunftspflicht sind lediglich politische Parteien, die Kirche und einzelne Bürger befreit. Eine Auskunftsverweigerung ist nur im Falle eines Dienst- und Staatsgeheimnisses gestattet. Eine unrechtmäßige Auskunftsverweigerung gilt als Straftat und wird mit einer Geldstrafe belegt. Trotz der strengen Bestimmungen zur Auskunftspflicht wird oft in der Medienpraxis von diesem Recht kein Gebrauch gemacht (vgl. EBENDA, S.79). In dem Zusammenhang mit dem Recht auf Informationen enthält das Pressegesetz noch eine Reihe von Bestimmungen zum Informantenschutz und garantiert diesen Personen Anonymität.

Die *Pressekritik* gilt in der polnischen Rechtsprechung weder als Straftat noch als Rechtswidrigkeit, deswegen wurden Journalisten, die kritische Artikel veröffentlichten, in den meisten Fällen freigesprochen. In Ausnahmefällen, wenn Informationen unrechtmäßig veröffentlicht wurden oder in keinem Zusammenhang mit der Kritik standen, wurden Journalisten auch verurteilt. Letztenendes kann man die *Pressekritik*, wozu auch Karikatur und Satire gehört, im Presserecht als erwünscht und gesetzlich geschützt betrachten. Darüber hinaus enthält das Presserecht einige Bestimmungen, die Garantiecharakter für die Unabhängigkeit von Journalisten haben. Somit ist es z.B. verboten, Journalisten die Sammlung von kritischer Information zu erschweren und Kritik zu unterdrücken. Diese Regelungen haben leider keinen Einfluß auf die Unabhängigkeit im Arbeitsverhältnis der Journalisten. So sind laut Art. 10. Journalisten verpflichtet die von der Redaktion, für die sie arbeiten, festgelegten Richtlinien zu befolgen (vgl. EBENDA, S. 80).

Im polnischen Presserecht gelten außerdem noch eine ganze Reihe von Bestimmungen, die Berufspflichten von Journalisten, Haftung von Journalisten, Redakteuren und Verlegern, und Organisation der Verlagstätigkeiten bestimmen. Letztendlich sind dies lediglich Komponenten, die zusammenhängend betrachtet, Rahmenbedingungen für die Pressefreiheit schaffen. In Journalisten und Politikerkreisen wurde die Notwendigkeit eines Pressegesetzes immer wieder, insbesondere im Laufe der 90er Jahre diskutiert. Neue Gesetzesprojekte und Initiativen konnten jedoch bisher nicht verwirklicht werden. Erneuerungen oder Ergänzungen zum Presserecht treten Verleger und Journalisten skeptisch gegenüber, denn das novellierte Presserecht von 1990 enthält relativ wenige Regelungen. Mit erneuten Ergänzungen befürchten vor allem Journalisten, ein vermehrtes Geflecht von vielen Ge- und Verboten anstatt Freiheiten (vgl. HADAMIK 2003, S. 117). Die Befürchtungen der Journalisten und Verleger sind nicht unbegründet gewesen, denn die gegenwärtige Regierungspartei *PiS* plant eine Verschärfung der Regelungen für Journalisten und Verleger im Pressegesetz zu verankern. Insbesondere sollen Personen geschützt werden, die von der Berichterstattung der Presse Schaden davontragen, was in den meisten Fällen Politiker betrifft. Die Journalisten und Redaktionen sollen bei solchen Vorfällen verantwortlich gemacht und schärferen Maßnahmen ausgesetzt werden. Noch wurde kein konkreter Gesetzesentwurf an den Sejm eingereicht, doch bald könnte sich diesbezüglich das polnische Pressegesetz ändern (vgl. WANDTKE 2007).

### 5.2.3 Die gesetzliche Verankerung und Einschränkungen der Pressefreiheit

Obwohl die Pressefreiheit in Polen bereits Mitte 1989 zu existieren begann, wurde sie erst 1997 verfassungsmäßig verankert. Bis dahin war die Presse in einer Situation, in der sie sich kaum um politische Einflußnahme sorgte, sondern eher mit wirtschaftlichen Problemen zu kämpfen hatte (vgl. PAUN 2005, S. 15). Die neue Verfassung, die am 17. Oktober 1997 in Kraft trat, schreibt in Art. 14. vor: „*Die Republik Polen gewährleistet die Freiheit der Presse und anderer Mittel der gesellschaftlichen Kommunikation.*“

Art. 54. besagt: „*1. Die Freiheit, die Anschauungen zu äußern sowie Informationen zu beschaffen oder zu verbreiten, wird jedermann gewährleistet.*

*2. Vorbeugende Zensur der Medien gesellschaftlicher Kommunikation ist verboten. Die Presse ist nicht erlaubnispflichtig[...]*“ (HADAMIK 2004, S. 118)

Möglichkeiten die Pressefreiheit zu beschränken gibt es auf der Grundlage von Rechtsnormen und in Bereichen, die im internationalen Recht Erwähnung finden, wie z.B. in der Menschenrechtskonvention und in der *Konvention des Europarates zum Schutz der Menschenrechte*. Die Beschränkungen der Pressefreiheit kann man in folgende Kategorien zusammenfassen:

#### *Beschränkungen bei der Entstehung und dem Weiterbestand von Massenmedien*

Ins Presserecht wurde das System der gerichtlichen Registrierung von Tageszeitungen und Zeitschriften aufgenommen. Im Gegensatz zum Rundfunk- und Fernsehgesetz, das beim Verstoß gegen die Interessen der nationalen Kultur, Sicherheit und Verteidigung den Entzug einer Lizenz vorsieht, sieht das Presserecht die Aufhebung einer Registrierung nicht vor.

#### *Beschränkungen in Bezug auf publizierte Inhalte*

Trotz der fehlenden Bestimmungen zur präventiven Zensur im Presserecht gibt es Bestimmungen, die die Veröffentlichung bestimmter Informationen vorschreiben, und somit die Entscheidungsfreiheit bei der Auswahl publizistischer Inhalte einschränken. Insbesondere handelt es sich um Bestimmungen die festlegen, amtliche Mitteilungen (Anzeigen, Bekanntmachungen) kostenlos zu veröffentlichen, ohne die Möglichkeit etwas zu kürzen oder zu ändern oder das Verbot der Veröffentlichung von Informationen über das Privatleben ohne die Einwilligung der betroffenen Person – es sei denn dies bezieht sich unmittelbar auf ihre öffentliche Funktion. Das Gebot der Veröffentlichung einer Richtigstellung oder Gegendarstellung und das Gebot der Autorisierung wörtlich zitierter Aussagen (vgl. DOBOSZ 1999, S. 77).

### *Beschränkungen bei der Verbreitung*

An dieser Stelle sieht das Presserecht keine Beschränkungen im Rahmen sogenannter Presseembargos vor, das heißt der Möglichkeit eines Vorbehalts bezüglich des Termins und Umfangs veröffentlichter Informationen.

Im Bezug auf dem Pressemarkt waren bis zum Jahre 2001 nur wenige Beschränkungen für die Entwicklung des polnischen Pressemarktes in der Gesetzgebung zu finden, was einerseits als sehr positiv betrachtet wurde, andererseits aber auch bedeutete, daß kaum Schutzmechanismen existierten um mögliche Medienkonzentrationstendenzen oder die Dominanz ausländischer Verlage auf dem polnischen Pressemarkt zu verhindern. Am 1. April 2001 trat das Gesetz über den Schutz des Wettbewerbs und der Verbraucher in Kraft, was zur Gründung einer entsprechenden Behörde führte, die mit dem Bundeskartellamt verglichen werden kann (vgl. HADAMIK 2003, S. 118). Obwohl die Pressefreiheit in der polnischen Verfassung verankert scheint, befindet sich Polen in der Pressefreiheit Rangliste im Jahre 2006 auf Platz 58. Das liegt unter anderem an der verstärkten Zensur und an gerichtlichen Beschlüssen die wegen Verleumdung und Verletzung persönlicher Ehre oder religiöser Gefühle immer häufiger im Zeitraum von September 2005 bis August 2006 gegen Journalisten und Redakteure erteilt wurden (vgl. REPORTER-OHNE-GRENZEN 2007). Im Laufe der Arbeit wird im Kapitel 7.2 näher auf die Auswirkungen der Pressefreiheit auf den Wandel journalistischer Arbeit eingegangen.

## **5.3 Die Bedeutung von Institutionen und ihr Beitrag zum Transformationsprozeß**

Neben Regulierungen auf der Gesetzesebene ist ebenfalls die medienpolitische Arbeit von Bedeutung. Einen wesentlichen Faktor der institutionellen Arbeit machen die Interessen unterschiedlicher Akteure des Pressemarktes aus, wie z.B. der Verlage, Journalisten und der Regierung. Diese Interessen wirken sich letztendlich auf das Handeln und Gestalten von Medienpolitik und somit auch auf den Prozeß der Transformation aus. Das folgende Kapitel beschreibt Institutionen, die für den Pressemarkt eine ausschlaggebende Rolle spielen und entschlüsselt ihren Beitrag zu dessen Wandel.

### **5.3.1 Die Regulierung des Wettbewerbs und des Verbraucherschutzes**

Der Zeitpunkt des Umbruchs in Polen brachte eine veränderte Gesetzeslage mit dem Ziel der Institutionalisierung der Demokratie und Liberalisierung der Märkte. Die Privatisierung und der damit einhergehende freie Markt brachten Schwierigkeiten mit sich, mit denen die Planwirtschaft der kommunistischen Regierung nicht konfrontiert wurde. Der polnische Markt zeichnete sich während der Umbruchjahre durch eine hohe Konzentration aus, was eine Gefahr für eine erfolgreiche Liberalisierung des Marktes bedeutete. Die Probleme der Monopolisierung waren zwar in der Vergangenheit durch die Verstaatlichung von

Medienorganen weitgehend bekannt und befürchtet, es mangelte jedoch an Erfahrungswerten und gesetzlichen Bestimmungen die diese Schwierigkeiten im Rahmen halten konnten.

Die erste Maßnahme gegen die hohe Konzentration auf dem polnischen Markt - unter anderem dem Medienmarkt - war die Gründung einer *Antimonopolbehörde* (Urząd Antymonopolowy - UA). Die Gründung dieser Institution gilt als ein elementarer Bestandteil der ökonomischen Reform nach 1989. Der Aufgabenbereich der *Antimonopolbehörde* beschränkte sich auf das Entgegenwirken von Konzentrationsvorgängen auf dem polnischen Markt und Regulierungen bezüglich des Konkurrenzverhaltens von Unternehmen. Im Laufe der nächsten Jahre erweiterte die Behörde ihre Kompetenzen, und nannte sich schließlich im Jahre 1996 in das *Das Amt zum Schutze des Wettbewerbs und der Verbraucher* um. Damit wurde ein bisher in Polen vernachlässigter Bereich abgedeckt - der Verbraucherschutz (vgl. UOKiK 2007).

Eine wesentliche Bedeutung in der Entwicklung des Wettbewerbschutzes entstand durch das Antimonopolgesetz, welches am 01. April 2001 in Kraft getreten ist und in dem alle Regulierungsmaßnahmen zum Wettbewerb-, Antimonopolbildung- und Verbraucherrecht festgehalten werden und wobei *das Amt zum Schutze des Wettbewerbs und der Verbraucher* eine zentrale Stellung einnimmt. Somit hat das Amt die Aufgabe, den Wettbewerb auf den polnischen Markt zu kontrollieren, Monopolbildung zu verhindern und den Verbraucherschutz zu sichern.

Seit dem Eintritt in die EU im Jahre 2004 bildet das europäische Wettbewerbsrecht der Europäischen Kommission auch eine gesetzliche Grundlage des Handelns der Behörde. Die UOKiK repräsentiert Polen im Rahmen des Consumer Protection Cooperation (CPC), eines EU Netzwerkes in dem Institutionen zum Verbraucherschutz beteiligt sind. Im Januar 2007 ist in der UOKiK eine Vereinbarung in Kraft getreten, die Verstöße gegen den Verbraucherschutz mit einer Geldstrafe belegen. (vgl. EBENDA)

Im Bereich der Presse kontrolliert die Behörde Konzentrationsvorgänge der Besitzverhältnisse und ist für die Regulierung der Monopolbildung von Medienkonzernen zuständig. Somit deckt sie den oft kritisierten Mangel des Presserechts ab, welches keine besonderen Regelungen der Besitzverhältnisse verankert.

### **5.3.2 Die Bedeutung und Arbeit von Journalistenorganisationen**

Das polnische Journalistenmilieu wurde durch den Kriegszustand tief gespalten und in zwei Lager geteilt. Obwohl mittlerweile viele Jahre vergangen sind, existieren zwischen den beiden wichtigsten Journalistenverbänden, der *Vereinigung polnischer Journalisten* (Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich – SDP) und der *Vereinigung von Journalisten der Republik Polen* (Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej – SD RP) immer noch gegenseitiger Groll und Rivalität um Einfluß in Journalistenkreisen sowie in der Öffentlichkeit. Der Hauptstreitpunkt beider Organisationen ist das Vermögen der SDP, das von der kommunistischen Regierung konfisziert worden war und der neuen Journalistenorganisation, der *Vereinigung von Journalisten der Republik Polen* (SD RP),



welche auf die Initiative der kommunistischen Kriegsrechtsregierung gegründet worden war – übergeben. Zum Vermögen der *Vereinigung polnischer Journalisten (SDP)* gehörten unter anderem Archive, Verlage, Konten der Vereinigung sowie Versorgungsfonds (vgl. BORKOWSKA 1999, S. 273).

Die *SDP* gilt heute als der älteste Journalistenverband Polens. Er wurde im Jahre 1951 gegründet und nahm den Platz des bisher einzigen Journalistenverbandes, des *Journalisten Berufsverbandes (Związku Zawodowego Dziennikarzy – RP)* ein. Der Verband leistete einen wichtigen Beitrag zur Demokratisierung Polens, indem er sich im September 1956 an den ersten Versuchen der Demokratisierung der Volksrepublik Polen mitwirkte und im Jahre 1980-1981 an den Aufständen beteiligt war und die Gewerkschaft unterstützte. Im Kriegszustand war der Verband aufgrund der Unterstützung der *Solidarnosc* verboten, viele Journalisten des Verbandes wurden verhaftet. Seit 1982 ist die *SDP* der populärste Journalistenverband in Polen. Nach der Konfiszierung des Vermögens der Organisation und des Verbotes durch die kommunistische Partei arbeitete der Verband bis zum Umbruch im Untergrund (vgl. SDP 2007).

Erst im Jahre 1989 konnte die *SDP* ungehindert ihren Aufgaben nachgehen. Obwohl die *SDP* ihrer finanzieller Mittel und Verbandslokale beraubt war, nahm sie die Arbeit am Wiederaufbau des polnischen Journalismus und der Medien sofort wieder auf, damit diese sich entsprechend ihrer Berufung zum grundlegenden Element für die Freiheit und Demokratie in Polen entwickeln konnten. Die *SDP* Leitung entwickelte auch einige Modelle zum neuen demokratischen Massenkommunikationssystem und Vorschläge zur Konzeption und Realisierung der Liquidierungskommission. Außerdem wirkten *SDP* Vertreter als Experten in Parlamentausschüssen an Gesetzesprojekten mit, welche die Rolle der Medien miteinbeziehen. Dies war unter anderen das Presserecht, wobei der Fokus auf der Sicherung der Medienfreiheit und Unabhängigkeit lag und den Schutz des Berufsgeheimnisses von Journalisten (vgl. BORKOWSKA 1999, S. 274).

Zu den Hauptaufgaben des Verbandes gehört gegenwärtig die Vermittlung objektiver und gut recherchierter Informationen, die Unterstützung journalistischer Arbeit, Bewahrung der Journalistenethik und der Schutz der Journalistenrechte. Der Verband ist Mitglied der *International Federation of Journalists (IFJ)* mit Sitz in Brüssel und beteiligt sich aktiv an der Arbeit dieser Organisation. Der Verband achtet auf das Einhalten der Journalistenethik im Journalistenberuf und arbeitet eng mit dem polnischen *Rat für Medienethik (Rada Etyki Mediów –REM)* zusammen. (vgl. SDP 2007). Eine der wichtigsten Einrichtungen der *SDP*, ist das *Zentrum für Monitoring der Pressefreiheit (Centrum Monitoringu Wolności Prasy)*. Diese Einrichtung steht für den freien Zugang zu Informationen für Journalisten und Pressefreiheit ein (vgl. CMWP 2007).

Der zweite Verband, der bereits am Anfang des Kapitels erwähnt wurde, ist die *Vereinigung von Journalisten der Republik Polen (SD RP)*, der in Zeiten des Kriegszustandes in Polen von der kommunistischen Partei gegründet wurde. Er gilt mit seiner gegenwärtig breiter gefassteren Interpretation des Journalistenberufes als die wichtige Journalistenorganisation in Polen. Die Vereinigung beruft sich hauptsächlich auf

die Tradition polnischer Journalistenorganisationen und führt unterschiedliche Formen der programmatischen Arbeit fort. Ebenfalls widmet die Vereinigung durch ein Netzwerk von Pressewächtern und Journalistengerichten der Berufsethik viel Aufmerksamkeit. Die *SD RP* beruft sich auf zahlreiche Kontakte im Ausland und ist Mitglied der Internationalen Journalistenorganisation mit dem Sitz in Prag (vgl. BORKOWSKA 1999, S. 275).

In den letzten Jahren konnte man trotz der Differenzen zwischen den beiden Journalistenorganisationen, eine vermehrte Kooperation feststellen. Die hin und wieder auftauchende Forderung die beiden Journalistenorganisationen zu vereinen, stieß bei der SDP auf wenig Gegenliebe. Dafür spielen noch die historischen und psychologischen Differenzen zwischen beiden Verbänden eine zu starke Rolle, allerdings lassen sich auf der pragmatischen Ebene ein gemeinsamer Konsens und eine verstärkte Kooperation erkennen. Insbesondere bei der Unterstützung arbeitsloser Kollegen und bei Fragen der Meinungsfreiheit, den Zugang zu Information und Verteidigungen des Berufsgeheimnisses sind sich beide Verbände einig (vgl. EBENDA).

Neben den beiden Journalisten Verbänden gibt es noch die *Vereinigung Katholischer Journalisten* (Katolickie Stowarzyszenie Dziennikarzy – KSD). Sie gilt als die jüngste journalistische Organisation. Die Vereinigung meldet sich hauptsächlich bei auftauchenden weltanschaulichen Auseinandersetzungen zu Wort, bei denen es hauptsächlich um die Rolle der Kirche im öffentlichen Leben geht. Die *KSD* vertritt katholische Journalisten, die sich neben der allgemeinen Medienethik sich mit der katholischen Kirche und deren Grundsätzen identifizieren. Der Verband tritt für demokratische Werte und Pressefreiheit, moralische Werte und die Bewahrung der christlichen Kultur in der polnischen Bevölkerung ein. Die Mitglieder sind geistliche als auch nicht geistliche Personen, Journalisten die bei katholischen Medien arbeiten, - hauptsächlich bei Zeitschriften und Tageszeitungen und eine große Gruppe von Redaktionsleitern (vgl. KSD 2007).

### **5.3.3 Die Rolle von Verlegerverbänden**

In Zeiten des kommunistischen Regimes, als die Presse vom Staat kontrolliert wurde, existierte kein Bedarf an Institutionen die Verlagsinteressen vertreten könnten, da die Publikationen der *RSW* praktisch von der Regierung selbst verlegt wurden. Die Papier- und Druckproduktion unterlag ebenfalls der Verstaatlichung. Nach dem politischen Umbruch und in der Privatisierungsphase der Presse, die eine allgemeine Verunsicherung in der polnischen Verlegerbranche auslöste, wuchs zunehmend der Bedarf an einer Institution die Verlagsinteressen gegenüber der Regierung vertreten würde. Somit sollte nicht nur das Loslösen der Verlage von der staatlichen Kontrolle verdeutlicht werden, es wurde auch eine Instanz angestrebt, die Anliegen der Verleger gegenüber der Regierung kompetent vertreten würde und dadurch eine erneute staatliche Kontrolle der Presse präventiv verhindern sollte. Der erste Schritt in dieser Richtung geschah mit der Gründung des *Verbandes der Presseverleger* (Unia Wydawców Prasy) im Jahre 1991. Der Verband kontrollierte 90% der

Auflagen des polnischen Pressemarktes und setzte sich für die Anliegen der Pressverleger in den meisten Fällen polnischer Verlage ein. Im Jahre 1993 wurde auf die Initiative ausländischer Verleger und deren Vertreter ein *Gesamtpolnischer Verlegerverband* (Ogólnopolskie Stowarzyszenie Wydawców) ins Leben gerufen. Der Verband kontrollierte und repräsentierte damals 60 Titel, die von ausländischen Verlagen herausgegeben wurden. Zum Jahresende wurden sieben dieser Verlage, die sich nun zu den Marktführern auf dem polnischen Pressemarkt zählten vom *Gesamtpolnischen Verlegerverband* vertreten (vgl. BAJKA 1994, S. 21).

Die *Kammer der Presseverleger* (Izba Wydawców Prasy – IWP) wurde schließlich im Jahre 1996 auf die Initiative des *Verbandes der Presseverleger* und des *Gesamtpolnischen Verlegerverbandes* im Jahre 1996 gegründet und ist gegenwärtig der wichtigste Interessensverband für Presseverleger. Gegenwärtig zählt sie ca.120 Mitglieder überregionaler, regionaler und lokaler Verlage. Ebenfalls sind im polnischen Senat und Sejm Repräsentanten der Kammer vertreten um für Interessen bezüglich der Entwicklung der Rahmenbedingungen des Pressemarktes einzustehen. Zu dem Aufgabenbereich der Kammer gehören unter anderem Angelegenheiten zum Steuerrecht, die Novellierung des Urheberrechtes und Hilfestellungen in der Schaffung günstiger Produktionskosten um Neugründungen auf dem Pressemarkt zu ermöglichen. Sie kooperiert mit der *Polnischen Druckereikammer* (Polska Izba Druku), der *Polnischen Buchkammer* (Polska Izba Książki) und ist Mitglied des *Werberates* (Rada Reklamy). Auf der internationalen Ebene ist die Kammer als Mitglied des *World Association of Newspapers* (WAN) und des *International Federation of the Periodical Press* (FIPP) in dessen Tätigkeitsspektrum aktiv. Ebenfalls betätigt sie sich an einer europäischen Zusammenarbeit von Presseverlegern in der *European Newspaper Publishers' Association* (vgl. IZBA PRASY 2007).

Eine andere wichtige Institution im Bezug auf die Verlegertätigkeit des Pressemarktes ist der *Verband zur Distributionskontrolle der Presse* (Związek Kontroli i Dystrybucji Prasy – ZKDP). Die Gründung im Jahre 1994 ist auf eine Initiative des damaligen Chefredakteurs der *Rzeczpospolita*, Dariusz Fikus zurückzuführen - der schon im Jahre 1993 einen Distributionsverbund nach dem Vorbild des französischen *Büros zur Distributionskontrolle der Presse* (Diffusion Contrôle) anstrebte. Aufgrund der damaligen undurchsichtigen Marktsituation und der zunehmenden Dominanz des Werbemarktes wurde die Idee von Vertretern der Presse sehr positiv aufgenommen. Vor allem führte der Mangel an zuverlässigen Daten von Auflagen zu Mißverständnissen zwischen Presseverlegern, Anzeigenkunden und Werbeagenturen. Bei der Gründung der Non Profit Organisation waren 12 Verlage beteiligt. Als Ziele der *ZKDP* wurden die Kontrolle von Auflagehöhen, Verbreitungsgrad von Tagespresse, Zeitschriften, anderen Periodika und die Leseforschung im Bezug auf diese Publikationen festgeschrieben.

Mittlerweile gehören ebenfalls zum Aufgabenbereich der Organisation das Festlegen von ethischen und ökonomischen Standards zur Regulierung des polnischen Pressemarktes und das Bereitstellen von objektiven und sorgfältig recherchierten Informationen zur Auflage und Verbreitung von Periodika. Die *ZKDP* ist ebenfalls die einzige Organisation in Polen in

der Vertreter von Presseverlagen, Werbeagenturen, Anzeigenkunden und anderen Institutionen die auf dem Pressemarkt tätig sind, in einer Organisation kooperieren (vgl. ZKDP 2007).

## ***Kapitel 6 Ökonomische Einflüsse auf die Transformation***

Seit der Öffnung des Pressemarktes nach dem Umbruch im Jahre 1989 war der polnische Pressemarkt auf der wirtschaftlichen Ebene wohl den größten Veränderungen unterworfen. Durch den Verkauf ehemaliger staatlicher Publikationen, haben unterschiedliche Akteure den Tagespressemarkt betreten und beeinflussten den Wandel in den nachfolgenden Jahren maßgebend. Bezüglich der Einnahmen der Presseverlage erscheinen an dieser Stelle der Werbemarkt und dessen Wandel wichtig, der analog zur Medientransformation in Polen stattfand. Das folgende Kapitel schlüsselt die wichtigsten Faktoren auf, die zum Wandel der Besitzverhältnisse beitrugen und der damit verbundenen veränderten Wettbewerbssituation auf dem polnischen Pressemarkt.

### **6.1 Die Entwicklung des polnischen Werbemarktes und die Auswirkungen auf den Wandel der Tagespresse**

Ein großer Teil der Erlöse von Tageszeitungen stammt aus Werbe- und Anzeigeneinnahmen, folglich spielen der Werbemarkt und seine Entwicklung eine wichtige Rolle für den Wandel auf dem Tageszeitungsmarkt. Die Werbetreibenden investieren dagegen in Medien von denen sie sich den größten Verbreitungs- und Rezeptionsgrad für ihre Produkte erhoffen, somit wird vorwiegend je nach Produkt und Unternehmensart in diejenigen Medien als Werbeträger investiert, die eine hohe Reichweite und eine hohe Verkaufsauflagenanzahl vorweisen können. Tageszeitungen werden von spezifischen Branchen aufgrund ihrer Funktionen und Zielgruppen als Werbeträger genutzt. Welche Entwicklung der polnische Werbemarkt seit der 90er Jahre eingeschlagen hat, welche Rolle Tageszeitungen als Werbeträger erfüllen und wie sich polnische Tageszeitungen aus Werbe- und Anzeigeneinnahmen finanzieren, soll das folgende Kapitel vermitteln.

#### **6.1.1 Die Entwicklung des polnischen Werbemarktes**

Der polnische Werbemarkt ist noch relativ jung. Die Werbebranche entwickelt sich erst seit Mitte der 90er Jahre sehr intensiv. In der sozialistischen Phase Polens diente die Werbung einem einzigen Ziel: Fehler im Zentralplan und Mängel an bestimmten Produkten - vor allem Lebensmittel - sollten vertuscht werden. Dies lag hauptsächlich an der vorherrschenden Planwirtschaft. Werbung wurde im Fernsehen ausgestrahlt, Zeitungen so gut wie nie als Werbeträger genutzt. Man konnte, besonders in der Anfangsphase der 90er

Jahre eine negative Einstellung zur Werbung in der polnischen Bevölkerung beobachten, was sicherlich mit der Auffassung von Werbung in der kommunistischen Zeit zu tun hatte. *„Am Anfang der 90er Jahre hat man ein gewisses Paradox in Polen beobachten können und zwar, die Werbung wurde total negativ empfunden. Man hat angenommen, dass die Firmen, die für ihre Produkte Werbung machen, nur ihre schlechte Ware loswerden wollen, dass die Qualität der Ware schlecht ist und die Werbung überhaupt ein Zeichen für schlechte Konditionen der Firma auf dem Markt ist.“* (BABEROWSKA/ BREUNIG 2000) In der ersten Hälfte der 90er Jahre war der polnische Werbemarkt sehr großen Schwankungen unterzogen. Dies hängt mit der Instabilität und der Entwicklungsphase des Mediensystems in der Umbruchphase zusammen. Die Strukturen und die Stärke des polnischen Werbemarktes, obwohl noch nicht lange etabliert, lassen einen großen Einfluß auf das kulturelle Leben erkennen. Diese dynamische Entwicklung beruht zum Teil auf den Entwicklungen im Bereich des privaten Handels und der Produktion, der Grenzöffnung für den freien wissenschaftlichen und kulturellen Austausch, dem Demonopolisierungsprozeß im Medienbereich und den daraus wachsenden Bedürfnissen und Möglichkeiten der Konsumenten (vgl. BUJKO 1999, S. 102).

Im Jahre 2000 – 2002 befand sich der polnische Werbemarkt wie auch die gesamte polnische Wirtschaft, in einer Rezession. Dabei wurde besonders deutlich, daß die Dienstleistungen des Werbemarktes sehr von den Konjunkturschwankungen der Wirtschaft abhängen. In diesem Zeitraum war auch die Werbebranche zur einer Gesamtkostenreduktion gezwungen, was sich in der Senkung der Werbebudgets auswirkte. Auf diese Tatsache reagierten die Medien mit einer Preissenkung für ihre Dienstleistungen als Werbeträger. Diese Methode war insofern ungewöhnlich, da die Bruttopreise für Anzeigen bestehen blieben, jedoch die Anzahl der Rabatte und Ermäßigungen stark in diesem Zeitraum anstieg. Das wirkte sich wiederum negativ auf das Konkurrenzverhalten der traditionellen Medien aus. Man sprach von einem „Krieg der Rabatte“ oder einer „Rabattinflation“ (vgl. CHODOROWSKI 2006, S. 7f). Zu dieser Krise trugen hauptsächlich zwei Faktoren bei: Das Verbot der Tabakwerbung bis zum Jahre 2001 und die immer kleiner werdenden Budgets der Werbetreibenden für Werbeausgaben. Der Zeitraum zwischen 2001 und 2003 war von einer Senkung der Werbeeinnahmen um 11,2% im Vergleich zum Jahre 2000 gekennzeichnet. Erst im Jahre 2004 konnte man eine Steigerung um 8,9% verzeichnen, was sich bis zum Jahre 2006 auch in diesen Rahmen halten konnte (vgl. BRZEZINSKI/CHODOROWSKI 2005, S. 30). Im Jahre 2006 konnte man sogar einen Zuwachs der Werbung in den Medien von 9,9% im Vergleich zum Vorjahr feststellen.

Die folgende Tabelle veranschaulicht die Entwicklung des Werbemarktes, anhand von Ausgaben für Werbung in der Presse von 2000 bis 2007:

**Tabelle 4 Übersicht der Ausgaben für Werbung in den Printmedien von 2000 bis 2007**

<b>Jahr</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
<b>Mio. PLN</b>	1942,6	1834,7	1628,4	1603,9	1746,0	1928,3	2082,2	2261,4

Quelle: vgl. CHODOROWSKI 2006, S.22

### **6.1.2 Die Funktion von Tageszeitungen als Werbeträger**

Tageszeitungen sind in Polen als Werbeträger noch nicht lange etabliert. Dennoch bieten sie als Plattform für Werbung viele Vorteile gegenüber dem Fernsehen oder elektronischen Medien. Das Medium wird als besonders informativ und orientierungsweisend eingeschätzt. Das wirkt sich auch auf die Akzeptanz von Anzeigen in Tageszeitungen aus, die deutlich höher eingeschätzt wird als Werbung in anderen Medien. Das liegt daran, daß Zeitungsanzeigen selektiv genutzt werden können. Der Leser bestimmt selbst, wie oft und wie lange er sich mit Werbung beschäftigt. Die Tageszeitung verfügt über eine hohe Reichweite und eignet sich als eine optimale Plattform für den regionalen und lokalen Handel (vgl. ERAZMUS 2006).

Insbesondere sind die unterschiedlichen Segmente der Tagespresse als Werbeträger wichtig, was auch selbstverständlich von Werbetreibenden in besonderen Marktsegmentbereichen in Anspruch genommen wird. Diese Besonderheit der Tagespresse als Werbeträger wird in den meisten Fällen von Werbetreibenden aus der Wirtschaftsbranche genutzt. Die größte Beteiligung an Werbung in der Tagespresse kann man in der Verkaufsbranche feststellen, die im Jahre 2000 mit 19,1% an der Werbung in der Tagespresse beteiligt war. Das ist darauf zurückzuführen, daß sich die Tagespresse als ideales Medium für die Präsentation von Verkaufsbeständen, Preisofferten und Angeboten erweist. Obwohl die Beteiligung bis zum Jahre 2004 auf 16,7% gesunken ist, bleibt die Verkaufsbranche als Anzeigenkunde für Tageszeitungen führend (vgl. BRZEZINSKI/CHODOROWSKI 2005, S. 30).

Die Tabellen 5. und 6. verdeutlichen die Beteiligung spezifischer Branchen an Werbung in Tageszeitungen und zeigen die Entwicklung der finanziellen Ausgaben für Werbung auf.

**Tabelle 5 Branchenbeteiligung an Werbung in Tageszeitungen**

<b>Branche</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Verkauf	19,1%	18,1%	17,4%	16,9%	16,7%
Kultur und Unterhaltung	7,9%	8,4%	9,2%	11,2%	12,0%
Fahrzeug und Motor	12,2%	9,9%	9,4%	9,8%	10,5%
Finanzen Marketing	9,5%	9,4%	9,0%	8,2%	8,1%

Telekommunikation	7.7%	8.2%	8.7%	7.9%	6.2%
Pflegemittel	5.6%	6.8%	7.1%	7.1%	6.8%
Büro und Haushalt	6.4%	5.7%	5.8%	5.1%	5.1%
Andere	20.8%	22.5%	20.0%	20.0%	20.0%

Quelle: vgl. BRZEZINSKI/CHODOROWSKI 2005, S. 30

**Tabelle 6 Branchenspezifische Ausgaben für Werbung in der Tagespresse**

<b>Branche</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Verkauf	569.4	564.0	518.2	550.1	610.0
Kultur und Unterhaltung	235.1	260.1	275.5	365.2	440.0
Fahrzeug und Motor	364.1	292.0	295.7	320.3	385.6
Finanzen Marketing	284.8	290.6	269.0	268.4	297.2
Telekommunikation	228.8	254.2	260.5	258.4	227.5
Pflegemittel	165.8	212.6	212.0	232.7	248.7
Büro und Haushalt	189.7	176.0	172.1	167.8	186.5
Andere	620.9	698.7	597.8	653.1	730.9

Quelle: vgl. BRZEZINSKI/CHODOROWSKI 2005, S. 29

An den Entwicklungsdaten wird deutlich, daß im Jahre 2004 im Vergleich zu den Jahren davor vermehrt in Werbung investiert wurde, bei einer vergleichsweise niedrigeren Beteiligung an Werbung in Tageszeitungen.

### 6.1.3 Der Anzeigenmarkt als Finanzierungsquelle

Tageszeitungen finanzieren sich hauptsächlich aus zwei Quellen: Den Lesern und den Anzeigeeinnahmen. Jeder Verlag bzw. jede Redaktion betreibt deshalb eine eigene Anzeigenpolitik. Ein Beispiel der Anzeigenpolitik des *Springer* Verlages ist eine Zusammenarbeit der beiden Verlagsprodukte *Fakt* und *Dziennik* im Bereich des Anzeigenverkaufs. *Springer* erhöht die allgemeinen Preise für Anzeigen in beiden Blättern, senkt aber Preise für Anzeigen auf Titelseiten beider Produkte. Außerdem bietet der Verlag für Werbetreibende günstige Rabatte für gleichzeitige Inserate in beiden Tageszeitungen an (vgl. KUCHARSKI 2007).

Ein Merkmal der Preispolitik der Verlage ist eine gerechte Behandlung der Anzeigenkunden. Jeder Anzeigenkunde unabhängig von der Branchenzugehörigkeit, bekommt dieselben finanziellen Bedingungen. Allerdings werden Anzeigenkunden aus der Verkaufsbranche Rabatte gewährt, da sie allgemein häufiger an Werbeausgaben bei Tageszeitungen beteiligt sind und die Werbung in der Tagespresse in gewisser Weise für die Verkaufsbranche als existentiell gilt. Da die meisten Tagesblätter von ihren Anzeigenkunden abhängig sind, entsteht zwischen den einzelnen Verlagen eine

Konkurrenzsituation im Bezug auf die Anzeigenkunden. Als der polnische Anzeigenmarkt im Jahre 2001 in einer Krise steckte, führte das dazu, daß Tageszeitungen immer größere Rabatte den Werbetreibenden anboten, was sich auf Dauer für die Tageszeitungen als nicht tragbar erwies (vgl. BRZEZINSKI/CHODOROWSKI 2005, S. 18).

Die folgende Tabelle zeigt die Einnahmen einzelner Tageszeitungen aus dem Anzeigenverkauf im Jahre 2005 auf. Die Daten werden an der Abbildung 1. veranschaulicht.

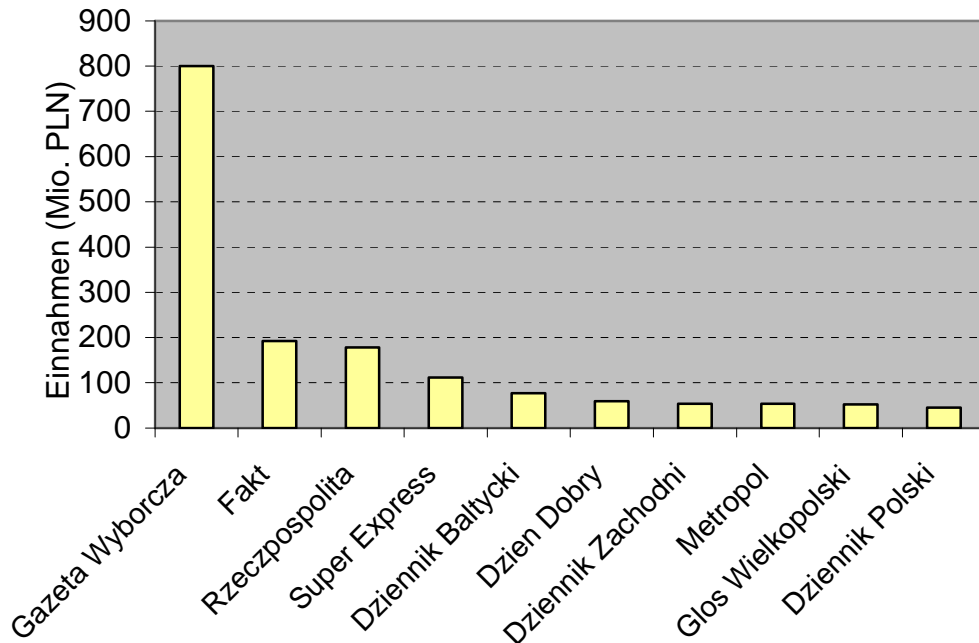
**Tabelle 7 Einnahmen aus dem Anzeigenverkauf im Jahre 2005**

<b>Nr.</b>	<b>Titel</b>	<b>Mio. PLN</b>
1.	<i>Gazeta Wyborcza</i>	800,126
2.	<i>Fakt</i>	192,174
3.	<i>Rzeczpospolita</i>	177,769
4.	<i>Super Express</i>	111,558
5.	<i>Dziennik Baltycki</i>	76,504
6.	<i>Dzien Dobry</i>	58,727
7.	<i>Dziennik Zachodni</i>	53,347
8.	<i>Metropol</i>	53,259
9.	<i>Glos Wielkopolski</i>	51,780
10.	<i>Dziennik Polski</i>	44,746

Quelle: EXPERT MONITOR 2005



Abbildung 1 Einnahmen aus dem Anzeigenverkauf im Jahre 2005



Quelle: EXPERT MONITOR 2005

Nach Daten des polnischen Instituts für Werbungsforschung *Expert Monitor* profitierte die *Gazeta Wyborcza* mit Einnahmen von über 800 Mio. PLN, gefolgt von der *Fakt* mit 162, 174 Millionen. An dieser Stelle wird deutlich, wie groß die Rolle des Image, der Auflagenhöhe, dem Verbreitungsgrad und der Anzeigenpolitik einer Tageszeitung für die Werbeträger ist. Letztendlich sind dies die ausschlaggebenden Gründe, warum spezifische Branchen in Werbung mit der Tageszeitung als Werbeträger investieren. Die Entwicklung der Erlöse aus Werbeeinnahmen von 2000 bis 2006 wird in der Tabelle 8. verdeutlicht:

Tabelle 8 Die Entwicklung der Erlöse aus Werbeeinnahmen in der Tagespresse

Jahr	Quartal I	Quartal II	Quartal III	Quartal IV
	Mio. PLN			
2000	594.8	846.5	656.7	885.1
2001	689.0	869.5	681.2	868.1
2002	630.0	831.2	651.4	873.4
2003	670.8	922.6	708.0	962.0
2004	746.3	1006.1	798.2	1095.4
2005	798.7	1065.6	837.4	1112.0
2006	834.9	1115.3	877.3	1163.7

Quelle: BRZEZINSKI/CHODOROWSKI 2005, S. 20

## 6.2 Investitionen westlicher Verleger in der polnischen Tagespresse

In der polnischen Tagespresselandschaft werden Probleme der Konzentration und Besitzverhältnisse deutlich. Insbesondere wird bezüglich der Besitzverhältnisse der hohe Anteil westlichen Kapitals in der Tagespresse diskutiert, der nach anfänglichen Investitionen nach der Auflösung der RSW, mittlerweile immer mehr dominiert. Durch diese Entwicklung stellen sich einerseits Fragen hinsichtlich der gesellschaftlichen Folgen dieser Entwicklung in der polnischen Bevölkerung auf, und andererseits werden die Möglichkeiten einer pluralistischen Medienlandschaft erörtert, die Polen auch viele Vorteile bietet. Das folgende Kapitel beschreibt die Strategie der westlichen Verlage und bietet einen Überblick über die Beteiligungsstrukturen westlicher Verleger auf dem Tageszeitungsmarkt.

### 6.2.1 Neue Besitzverhältnisse auf dem polnischen Pressemarkt

Das Interesse anderer westlicher Kapitalgeber an der polnischen Medienlandschaft zeigte sich im Jahre 1990. *„Maßgeblich für das Interesse der Ausländer ist insbesondere die Größe des Landes. Mit einer Bevölkerung von 39 Millionen ist Polen der mit Abstand größte Markt in Osteuropa, wenn man Russland (zögerliche Investments) und die Ukraine (47 Mio.; erste Investitionen erst nach der friedlichen Revolution) unberücksichtigt lässt.“* (RÖPER 2006) Unter anderem förderte die früh realisierte Mitgliedschaft in der EU ebenfalls das Interesse europäischer Verleger am polnischen Pressemarkt.

Die veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen und der Wandel der politischen Szene, bewirkten das Interesse ausländischer Verleger in den polnischen Pressemarkt zu investieren. Das hohe Interesse der Investoren an den ehemaligen RSW Publikationen beruhte ebenfalls auf der hohen Anzahl der zu veräußerten Titel und die sehr niedrigen Preise. Zudem war es einfacher, schon bestehende Titel mit einer Stammlerschaft zu übernehmen, als neue zu gründen und neue Leser zu gewinnen. (vgl. BAJKA 1999, S. 84f, HAGELOCH 2006).

Zu den ersten westlichen Investoren auf dem polnischen Pressemarkt gehörten der deutsche Bauer Verlag, der englische Medienkonzern Maxwell, die französische Verlegergruppe Hersant und die norwegische Verlegergruppe Orkla. Die ersten Bemühungen zeigten sich durch die Gründung des norwegischen Medienkonzerns Orkla Media von Dziennik Dolnoslaski (Niederschlesisches Tagesblatt) in Wroclaw (Breslau) (vgl. EBENDA).

Der Verlag Passauer Neue Presse zählte ebenfalls zu den ersten Investoren in Polen. In den südlichen Landesteilen beherrschen sie mit mehreren Regionalzeitungen großflächig den Markt. In Krakau, Posen, Lodz oder Kattowitz sind sie stark vertreten und mittlerweile auch im Norden Polens aktiv. Insgesamt ist der polnische Markt für die Passauer mit einem

Umsatz von rund 120 Mio. € inzwischen genau so bedeutend wie der deutsche (vgl. RÖPER 2006).

Für den Eintritt westlicher Verlage waren in der Anfangszeit zwei Faktoren ausschlaggebend: Die Auflösung der RSW und das schon im Jahre 1989 novellierte Presserecht, welches jedem volljährigem Bürger, ebenso ausländischen Verlegern das Recht verlieh, eine eigene Publikation zu gründen. Von anfänglichen ausländischen Investitionen erhoffte sich die Liquidierungskommission eine Modernisierung im technologischen und organisatorischen Bereich des veralteten Pressesystems Polens. Der wesentliche Grund für die Liquidierungskommissionsmitglieder war jedoch die Entkommunisierung und Verjüngung der Redaktionsteams und letztendlich auch die Rettung der von der Liquidation bedrohten Titel (vgl. BAJKA 1998, S.21).

Eine Studie über Medienmärkte in Mittel- und Osteuropa des *Internationalen Journalisten Zentrums* (IJZ) an der Donau-Universität in Krems belegt, daß westliche Investoren die früheren staatlichen Medienmonopole in Oligopole verwandelt haben. Ganze vier Konzern-Netzwerke dominieren die Medienlandschaft in den postsozialistischen Ländern. Die Dominanz westlicher Konzerne und deren Konzentration drohen die Förderung der demokratischen Prozesse, die stets als ureigenes Interesse des Westens proklamiert wurde, in Mittel- und Osteuropa zu untergraben (vgl. HAGELOCH 2006). Zunächst wirkt der einseitige Charakter dieser Entwicklung sehr beunruhigend. Die Konzerne und Firmen reicher Länder investieren auf fremden Märkten, aber selten kommt es zur umgekehrten Situation. Vor allem beunruhigt es, daß die Macht des investierten Kapitals größer ist als das Kapital der Staaten, in denen die Investitionen getätigt werden. Man befürchtet eine Blockierung des Aufbaus und der Entwicklung einer eigenen nationalen Medienindustrie, was dazu führen könnte, kulturell fremde Inhalte und Vorbilder aufgezwungen zu bekommen.

Andererseits sind ausländische Investitionen in den einheimischen Medien heute nichts Ungewöhnliches. Sie bereichern das Angebot auf dem Pressemarkt und befriedigen den Informationsbedarf von Millionen Lesern. Sie verändern die technischen Möglichkeiten und bieten Innovationen in der Druck und Computertechnik, wodurch sie viele Arbeitsplätze für einheimische Journalisten, Drucker und Informatiker bieten (vgl. ORGANISTA 2002).

Was die Unabhängigkeit der Redaktionen von ihren ausländischen Anteilseigner bzw. Besitzer angeht, so mischen sich die Eigentümer, von Einzelfällen abgesehen, in die Redaktionspolitik der Zeitungen nicht ein. Für die innere Pressefreiheit bedeutet dieses, daß sie durch den formalen Besitzerwechsel nicht unmittelbar berührt wird. Unabhängig von politischen Abhängigkeiten werden nach über zehn Jahren Medientransformation vor allem in der Presse die Fragen journalistischer Professionalität und journalistischer Ethik angesichts finanzieller Verlockungen, zunehmender Konkurrenz und nicht objektiver Berichterstattung vermehrt diskutiert (vgl. BINGEN 2007).

## 6.2.2 Investitionen in polnische Tageszeitungen

In der ersten Runde der Übernahme ehemaliger RSW Publikationen hat der französische *Hersant* Verlag Anteile an sieben regionalen Blättern erworben. *Hersant* war der erste Verlag der an der renommierten polnischen Tageszeitung *Rzeczpospolita* investorisches Interesse zeigte, indem er Anteile an diesem Titel erwarb. Die Strategie des Verlages war es, hauptsächlich im Sektor der regionalen und lokalen Presse zunächst nur wenige Anteile der Titel zu erwerben. Seine Miterwerber waren meist polnische Investoren, die aus den *Solidarnosc* Reihen kamen oder journalistischen Verbänden angehörten. Der größte Teil der Anteilseigner bekam früher oder später finanzielle Schwierigkeiten, so kaufte *Hersant* die Anteile auf und kam auch für die Kredite auf, die die polnischen Anteilseigner aufgenommen haben. Innerhalb von ca. zwei Jahren nahm der Verlag eine dominierende Position in den Partnerschaften ein (vgl. BAJKA 1998, S. 23). Im Laufe der 90er Jahre geriet *Hersant* in finanzielle Schwierigkeiten und war dadurch gezwungen, seine Anteile an polnischen Tageszeitungen zu verkaufen. Zu diesem Zeitpunkt kam der bayrische Medienkonzern *Passauer Neue Presse* ins Spiel. Mit seinem Tochterverlag *Polskapresse* übernahm er alle Beteiligungen an regionalen Tageszeitungen des *Hersant* Konzerns für rund 50 Mio. €. Damit sicherte sich das Unternehmen acht regionale Tagesblätter in Gdańsk (Danzig), Katowice (Kattowitz), Kraków (Krakau) sowie Łódź (Lodz). In den folgenden Jahren kamen noch fünf weitere regionale Tageszeitungen in Poznań (Posen), Łódź (Lodz), Olsztyn (Allenstein) und Wrocław (Breslau) dazu (vgl. EBENDA, S. 24f).

Den Sektor der regionalen Presse entdeckte auch der norwegische Medienkonzern *Orkla Media* für sich. Die Strategie des Konzerns bestand in der Übernahme von bereits etablierten, aber sanierungs- und modernisierungsbedürftigen Titeln. Zuerst trat der Konzern bei der Auflösung der RSW gar nicht in Erscheinung, nahm aber in der Privatisierungsphase mit den neuen Eigentümern, darunter insbesondere mit den finanzschwachen Redaktionsgemeinschaften, Verhandlungen auf. Innerhalb weniger Jahre entwickelte sich der Konzern *Orkla Media* zum Miteigentümer von elf regionalen Tageszeitungen, die vorwiegend im Norden und im Osten Polens angesiedelt sind (vgl. HADAMIK 2003, S. 290).

Auf dem Markt der überregionalen Presse konnte sich seit 2004 mit der Boulevardzeitung *Fakt* und der neuen Qualitätszeitung *Dziennik* der *Axel Springer Verlag* behaupten, der bisher den Zeitschriftensektor sehr erfolgreich bediente. Ebenfalls sind mittlerweile westliche Unternehmen an dem *Agora Verlag* beteiligt, der die *Gazeta Wyborcza* erfolgreich verlegt. Seit Anfang der 90er Jahre hat das US-amerikanische *Cox Enterprises* Unternehmen an der Gesellschaft Anteile erworben (vgl. HADAMIK 2003, S. 291).

Gerade hinsichtlich der Besitzverhältnisse in der polnischen Tagespresse wurden viele kritische Stimmen laut, die eine politische Beeinflussung der jeweiligen Blätter durch die ausländischen Besitzer befürchteten. Diese Befürchtung konnte sich jedoch nicht bewahrheiten, da westliche Investoren nicht an ideellen Linien der jeweiligen Blätter

interessiert sind, sondern vielmehr an dem Gewinn den die Produkte einbringen. Solange die betroffenen Publikationen Gewinne erwirtschaften, lassen sie die polnischen Redaktionsteams ungestört walten (vgl. MIELCZAREK 1998, S. 205).

### 6.2.3 Eine Übersicht der Beteiligungsstrukturen westlicher Investoren

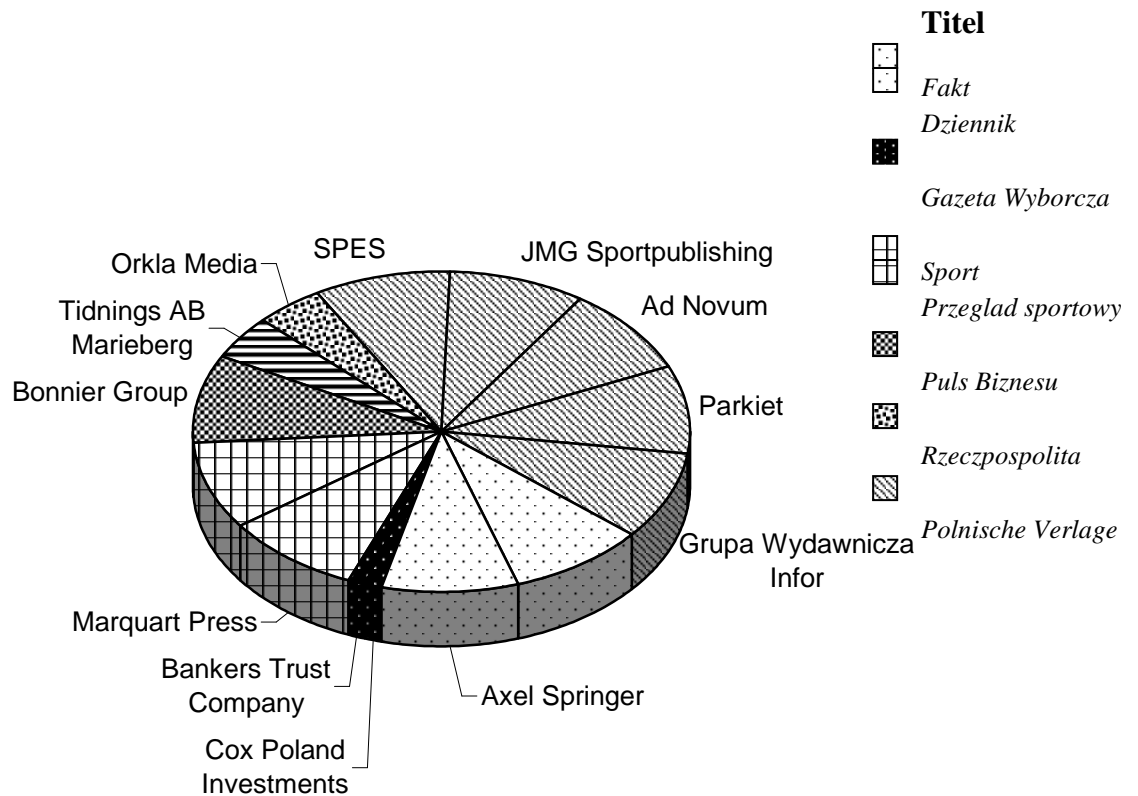
Im Sektor der überregionalen Presse fällt auf, daß der prozentuale Anteil der westlichen Beteiligungen sich noch in Grenzen hält. In acht von zwölf überregionalen Blätter sind westliche Verlage mitbeteiligt bzw. mit einer 100 %igen Beteiligung Eigentümer der Blätter. Der Markt der überregionalen Presse scheint bezüglich der Besitzverhältnisse relativ ausgewogen. Der stärkste Verlag mit Publikationen mit der höchsten Auflage ist gegenwärtig der *Springer* Verlag. Der zweitstärkste ist immer noch *Agora*, eine Aktiengesellschaft unterschiedlicher Investoren, mit der *Gazeta Wyborcza*. Im Bereich der Sportpresse ist der Schweizer Verlag *Marquart Press* führend. Den Bereich der Wirtschaftspresse belegt jedoch die schwedische *Bonnier Group* mit der auflagestarken *Puls Biznesu* (vgl. IFJ 2004). Das polnische Qualitätsblatt *Rzeczpospolita* stellt an dieser Stelle einen besonderen Fall dar. Bis 1995 verfügte der französische Presskonzern *Hersant* über 49% der Anteile an der renommierten Tageszeitung. Die restlichen 51% befanden sich in der Hand des staatseigenen Verlagsunternehmens *Rzeczpospolita*. Danach haben sich die Verhältnisse geändert, *Hersant* verfügte nun über 51% der Anteile. Mitte 1996 verkaufte der Verlag seine Anteile an den norwegischen *Orkla* Konzern (vgl. BAJKA 1999, S.97). Die folgende Tabelle veranschaulicht die Besitzverhältnisse in der überregionalen Tagespresse:

**Tabelle 9 Beteiligungsstruktur in der überregionalen Presse**

<b>Titel</b>	<b>Ausländischer Anteilseigner</b>	<b>Anteile in %</b>
<i>Fakt</i>	Axel Springer	100
<i>Gazeta Wyborcza</i>	Cox Poland Investments	12,24
	Bankers Trust Company	14,37
<i>Super Express</i>	Tidnings AB Marieberg	50
<i>Dziennik</i>	Axel Springer	100
<i>Rzeczpospolita</i>	Orkla Media	51
<i>Sport</i>	Marquart Press	100
<i>Przegląd sportowy/</i>	Marquart Press	100
<i>Plus Biznesu</i>	Bonnier Group	100

Quelle: HADAMIK 2003, S.292, BAJKA 2000b, S. 142 f, ZKDP 2007

Abbildung 2 Beteiligungsstruktur in der überregionalen Tagespresse



Quelle: Das Diagramm basiert auf der Auswertung aus Daten der Tabelle 9

Im Jahre 1994 kam es zum Wandel der Kräfteverhältnisse auf dem Markt der Regionalzeitungen.

Polnische Medienwissenschaftler sind der Ansicht, daß die *Passauer Neue Presse* von den finanziellen Schwierigkeiten des *Hersant-Konzerns* profitierte. Der Konzern kaufte für die Summe von 100 Mio. DM die französischen Anteile an acht polnischen Zeitungen und wurde damit der größte Herausgeber dieser Art von Presse in Polen, in den folgenden Jahren vergrößerte sich der Einfluß der *Passauer*. Im Jahre 1996 besaß der Konzern Mehrheitsanteile an elf regionalen Tageszeitungen (insgesamt 800 000 Exemplare Auflage) und war Miteigentümer weiterer Zeitungen (vgl. ONISZCZUK 1998).

Der zweitgrößte Investor auf dem Markt der regionalen Tagespresse ist der norwegische *Orkla Media* Konzern. Der Verlag hat sich auf dem polnischen Pressemarkt seit 1991 etabliert. Sein Interesse galt in erster Linie den regionalen Tagesblättern, wovon der Konzern in den 90er Jahren 13 besaß und somit auf dem Markt der regionalen Presse führend war. Gegenwärtig besitzt *Orkla Media* elf regionale Ausgaben und bedient damit immer noch einen großen Teil des regionalen Marktes. Ebenfalls konzentriert sich *Orkla* in den letzten Jahren an den lokalen Märkten, wo noch weitgehend keine Investitionen von westlichen Verlagen vorgenommen wurden. Der Verlag investiert aber nicht nur in die regionale Presse, denn *Orkla* besitzt auch Mehrheitsanteile an der *Presspublica* – dem Herausgeber der *Rzeczpospolita*. (vgl. IFJ 2004).

Nachdem der norwegische Konzern *Orkla* zwei Breslauer Tageszeitungen ("Slowo Polskie" und "Wieczor Wroclawia") an den deutschen Konzern *Passauer Neue Presse* verkauft hatte, wandte sich der polnische Journalistenverband an die *UOKiK* mit der Bitte um Untersuchung, ob es sich dabei um eine Monopolstellung handelt. Die *Passauer Neue Presse* besitzt bereits alle Tageszeitungen in Wroclaw (Breslau). Ähnlich ist es in Poznan (Posen) wo der Konzern die Zeitungen "Glos Wielkopolski" und "Gazeta Poznanska" kaufte, in Gdansk (Danzig), Lodz ("Express Ilustrowany", "Dziennik Lodzki"), Katowice (Kattowitz) ("Dziennik Zachodni" und "Trybuna Slaska") und Krakow (Krakau) ("Dziennik Polski", "Gazeta Krakowska"). Ebenfalls in der Wojewodschaft Warmia-Mazury (Ermland und Masuren) sicherte sich der Konzern eine Monopolstellung. Die *Passauer Neue Presse* besitzt ebenfalls die Werbefirma *Media*, mit der sie auch die Monopolstellung beim Verkauf von Werbeflächen in regionalen Zeitungen hält (vgl. HAUSSCHILD/LORSCHIED 2003).

Ausgehend von der Marktstruktur der regionalen Tagespresse, fällt auf, daß fast das gesamte Segment von zwei Konzernen dominiert wird. Der bayrische Pressekonzern *Passauer Neue Presse* teilt sich faktisch den Markt mit dem norwegischen *Orkla Media* (vgl. BAJKA 2000b, S. 28). Die Tabelle 10. zeigt die Beteiligungsstruktur des regionalen Tagespressemarktes auf, die anschließend durch die Abbildung der Besitzverhältnisse verdeutlicht wird.

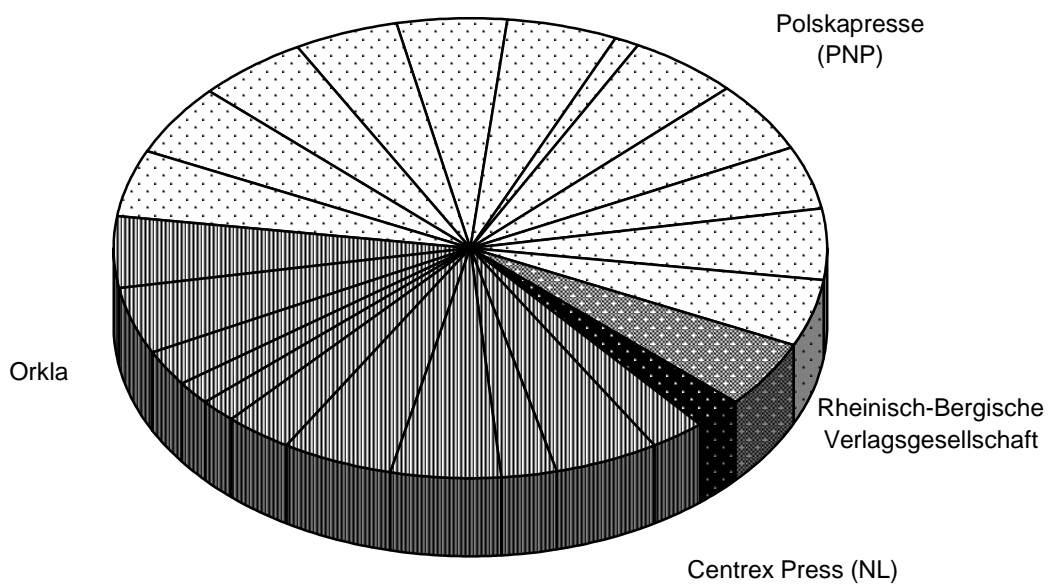
**Tabelle 10 Beteiligungsstruktur in der regionalen Presse**

<b>Wojewodschaft und Stadt</b>	<b>Zeitungstitel</b>	<b>Ausländischer Anteilseigner</b>	<b>Anteile in %</b>
<i>Podlaskie / Białystok</i>	Gazeta Współczesna	Orkla	49
	Kurier Poranny	Orkla	100
<i>Kujawsko- Pomorskie/ Bydgoszcz</i>	Gazeta Pomorska	Orkla	50
	Express Bydgoski	Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft	100
<i>Pomorskie/ Gdańsk</i>	Dziennik Bałtycki	Passauer Neue Presse	100
	Wieczór Wybrzeża	Passauer Neue Presse	100
	Głos Wybrzeża	Passauer Neue Presse	100
<i>Zachodniopomorskie / Koszalin</i>	Głos Pomorza	Orkla	100
<i>Śląskie/ Katowice</i>	Dziennik Zachodni	Passauer Neue Presse	100
	Trybuna Śląska	Passauer Neue Presse	100
<i>Zachodniopomorskie / Szczecin</i>	Głos Szczeciński	Orkla	100
<i>Małopolskie/ Kraków</i>	Gazeta Krakowska	Passauer Neue Presse	100
	Dziennik Polski	Passauer Neue Presse	25
<i>Lubelskie/ Lublin</i>	Dziennik Wschodni	Orkla	62,7
<i>Łódzkie/ Łódź</i>	Dziennik Łódzki -	Passauer Neue Presse	100

<i>Warmińsko- Mazurskie/Olsztyn</i>	Express Ilustrowany	Passauer Neue Presse	100
	Gazeta Olsztyńska	Passauer Neue Presse	100
<i>Opolskie/ Opole</i>	Nowa Trybuna Opolska	Orkla	33,8
<i>Wielopolskie/ Poznań</i>	Gazeta Poznańska	Passauer Neue Presse	95
	Głos Wielkopolski	Centrex Press (NL)	42,5
<i>Podkarpackie/ Rzeszów</i>	Nowiny	Orkla	36
<i>Dolnośląskie/ Wrocław</i>	Gazeta Wrocławska	Passauer Neue Presse	100
	Słowo Polskie	Orkla	50
	Wieczór Wrocławia	Orkla	97
<i>Lubuskie/ Zielona Góra</i>	Gazeta Lubuska	Orkla	100

Quelle: HADAMIK 2003, S. 292, BAJKA 2000, S. 142 f, ZKDP 2007

**Abbildung 3 Besitzverhältnisse in der regionalen Tagespresse**



Quelle: Die Auswertung erfolgte aus den Daten der Tabelle 10.



## 6.3 Die Dominanz westlicher Verlage und ihrer neuen Produkte in der überregionalen Tagespresse

Polens Pressemarkt ist hart umkämpft. Der europäische Journalistenverband bestätigt, daß inzwischen 4/5 des polnischen Printmedienmarktes von ausländischem Kapital beherrscht wird, wobei deutsche Unternehmen die Hälfte aller polnischen Zeitschriften herausgeben und jede vierte polnische Tageszeitung mit deutschem Geld produzieren lassen (vgl. JÄGER-DABEK 2003). In Polens Tagespresselandschaft haben die *Passauer Neue Presse* auf der regionalen Ebene (siehe Kapitel 6.1.3) und mittlerweile der *Axel Springer* Verlag in der überregionalen Tagespresse starke Positionen bezogen. Das Geschäfts- und Erfolgsmodell des *Springer* Verlages ähnelt dem aus Deutschland (vgl. UMANN 2006). Im folgenden Kapitel wird insbesondere die Rolle und Strategie des Verlages auf dem Markt der überregionalen Tagespresse aufgezeigt, die Markteinführung und Position der neuen *Springer* Produkte in diesem Segment erläutert.

### 6.3.1 Die Marktposition und Strategie des Axel Springer Verlages

Seit 1994 ist *Springer* mit einer 100 %igen Tochtergesellschaft *Axel Springer Polska* in Polen präsent. Mit seinem Hauptsitz in Warschau hat sich der Verlag zu einem breit aufgestellten Zeitungs- und Zeitschriftenhaus entwickelt. Seit 2003 hat der Verlag Interesse an dem Tageszeitungssegment gezeigt und so die Boulevardzeitung *Fakt* gegründet. Das Blatt ist an die deutsche Bildzeitung angelehnt und verzeichnete schon kurz nach dem Markteintritt eine Verkaufsauflage von 520.000 Exemplaren, wodurch das Boulevardblatt *Super Express* von der Marktspitze verdrängt wurde (vgl. RUNDEL 2006)

Der zweite Schritt des Verlages auf dem Markt der tagesaktuellen Presse war die Einführung des Qualitätsblattes *Dziennik Polska, Europa, Swiat* (Tageszeitung Polen, Europa, Welt) im Jahre 2006. Das Besondere daran war der Preis der neuen Tageszeitung. *Dziennik* kostete nur 1,50 PLN - ungefähr 35 Cent - und damit fast halb so viel wie *Gazeta Wyborcza* mit 2,80 PLN. Damit wurden schon ein Vierteljahr nach dem Start des Blattes täglich 259.039 Exemplare verkauft, also 100.000 mehr als die geplante Auflage von *Springer*. Damit hat sich *Springer Polska* fast aus dem Stand heraus, mit *Fakt* und *Dziennik* einen Marktanteil von 44% bei den nationalen Tageszeitungen verschafft (vgl. KARLE 2006).

Seit der Einführung der beiden Tagesblätter dominiert der Verlag weiterhin in der überregionalen Tagespresse durch seine auflagenstarken Produkte. Polnische Verleger sind über die schnelle Etablierung der *Springer* Blätter verärgert, zumal das Boulevardblatt *Fakt* längst nicht nur dem Tabloid *Super Express* Konkurrenz macht, sondern mit seiner Auflagestärke auch zunehmend den Platz der *Gazeta Wyborcza* streitig macht. Das preisgünstige Qualitätsblatt *Dziennik*, zwingt die *Gazeta Wyborcza* wiederum indirekt zur Preissenkung um konkurrenzfähig zu bleiben. So erklären sich der *Agora Verlag* und *Springer* einen offenen Schlagabtausch um die Marktanteile. *Springer* betonte dennoch

immer wieder, keine Dominanz in diesem Marktsegment anzustreben (vgl. NALEWAJK 2003, S. 47). Trotzdem hat man durch die Tatsache, daß der Verlag schon kurz nach der Markteinführung seiner Titel den Markt dominierte, eine skeptische und mißtrauische Haltung dem Verlag gegenüber beibehalten.

So schienen sich die Befürchtungen hinsichtlich starker Dominanz westlicher Verlage, die oft von polnischen Medienwissenschaftlern betont werden, bestätigt zu haben. „*Die osteuropäischen Länder, insbesondere Polen, gehören zu den Kernwachstumsmärkten der Axel Springer AG.[...] Mit DZIENNIK etablieren wir nach FAKT vor gut zwei Jahren bereits unsere zweite Tageszeitung in Polen und bauen damit die Position des Verlages im Leser- und Anzeigenmarkt noch weiter aus.*“ (WIELE 2006) Was allerdings die Zukunft des Pressemarktes insgesamt angeht, vertritt die *Kammer der Verleger* (Izba Wydawców Prasy) die Meinung, daß neue Titel nicht zwangsläufig zum Abwerben von Lesern der Konkurrenzblätter führen müssen. Neuerscheinungen können mit dem richtigen Marketing sehr wohl zur Ausweitung des Pressemarktes führen. (vgl. UMANN 2006).

### **6.3.2 Der Markteintritt des Boulevardblattes „Fakt“**

Über *Springers* Vorhaben, ein neues Produkt auf dem polnischen Tageszeitungsmarkt zu bringen, wurde schon Anfangs 2003 in den polnischen Medien spekuliert. Nach vagen Angaben von *Springer*, sollte die Zeitung ein Novum auf dem polnischen Pressemarkt darstellen. Die Hauptmotivation des Verlages war der Gewinn derjenigen Leser, die schon lange keine Tageszeitung mehr kauften (vgl. NALEWAJK 2003, S. 47 f).

Als schließlich am 23. Oktober 2003 die erste Ausgabe des Blattes erschien, beobachteten Presseforscher die Behauptung und Entwicklung der Zeitung aufmerksam. Ausgezeichnet hatte sich *Fakt* zunächst durch den niedrigsten Preis in der gesamten Tageszeitungslandschaft. Die Zeitung war schon für 1 PLN zu bekommen, was besonders den Konkurrenten in diesem Segment viele Sorgen bereitete. Im ersten Monat verkaufte *Fakt* ca. 342.000 Exemplare, was den direkten Konkurrenten der Zeitung, *Super Express* in den Verkaufszahlen überbot. Im nächsten Monat konnte das Blatt 374.000 Exemplare verkaufen (ca. 100.000 mehr als *Super Express*), im dritten Monat belief sich die Verkaufsauflage auf über eine halbe Million, ca. 536.000, was sogar die bisher meistverkaufte *Gazeta Wyborcza* um 100.000 überbot. Im Jahre 2004 belief sich die mittlere Verkaufsauflage von *Fakt* auf ca. 535.000 verkaufte Exemplare, was nach FILAS (2005, S. 11) eine völlige Neuordnung der Hierarchien in der Tagespresselandschaft Polens bedeutete.

Bei der schnellen Vormachtstellung des Boulevardblattes spielen mehrere Faktoren eine Rolle. So wurde der Markteintritt von *Fakt* durch eine sehr große Marketingkampagne begleitet, welche in solchen Ausmaßen zuvor in Polen nicht bekannt war. Einen Monat nach der Markteinführung startete *Fakt* eine Lotterie mit vielen Geldgewinnen. Ebenfalls

unterstützte der Verlag den ehemaligen Skiweltmeister Adam Malysz und den in Polen populären Sänger Michal Wisniewski durch Sponsoring. Diese Maßnahmen führten schließlich nach nur einem halben Jahr zu einer verkauften Auflage von ca. 645.000 Exemplaren, was einer Verkaufsauflage der *Gazeta Wyborcza* und *Super Express* zusammen entsprach (vgl. FILAS 2005, S. 12).

*Fakt* ist auf dem polnischen Markt der überregionalen tagesaktuellen Presse die einzige große polnische Tageszeitung, bei der es nicht einmal mehr auf symbolische Weise eine polnische Beteiligung gibt, denn *Axel Springer Polska* ist eine 100 %ige Tochter des deutschen Medienkonzerns. Man geht davon aus, daß sich *Springer* die Strategie der *Passauer Neuen Presse* genau angesehen hat, deren Preisdumping ähnlich war. Mit der Einführung des Blattes hat ein Verdrängungswettbewerb begonnen, in dem die polnischen Konkurrenzverlage die Anzeigenpreise und den Verkaufspreis als Kampfansage betrachten (vgl. JÄGER-DABEK 2003).

Außerdem überraschte *Fakt* durch eine neue Mittwochsbeilage „Europa“, welche keinen Boulevardcharakter hat, sondern eher der Beilage eines Qualitätsblattes entspricht. Im Segment der regionalen Presse stärkt *Fakt* seit 2005 seine Stellung. Durch das Angebot der regionalen Beilagen in Städten wie Warschau, Posen, Kattowitz, Breslau, seit dem 01. Dezember 2005 in Krakau und Lodz hat das Blatt schon die größten regionalen Märkte abgedeckt. Zusätzlich plant *Springer* noch zusätzlich 19 regionale Beilagen des Blattes (vgl. FILAS 2005, S. 12).

Der Markteintritt von *Fakt* hat die Struktur des Tageszeitungsmarktes in Polen sehr verändert. Durch die Konkurrenzstellung zu *Super Express* und paradoxerweise zur *Gazeta Wyborcza* hat *Fakt* durch seine niedrige Preisstellung und hohe Verkaufsauflagen eine Vormachtposition auf dem überregionalen Tageszeitungsmarkt erreicht. Polnische Medienwissenschaftler sehen durch diese Vormachtsstellung des Blattes eine zunehmende Boulevardisierung der Tagespresse, welche mit der Konkurrenz des *Springer* Verlages mithalten muß, um auf dem Markt bestehen zu können.

### **6.3.3 Der Markteintritt des Qualitätsblattes „Dziennik“**

Im Vergleich zum Markteintritt von *Fakt* war der Markteintritt von *Dziennik*, einem *Springer* Produkt, welcher an die deutsche „Die Welt“ angelehnt ist, weniger spektakulär. Auch wenn der Markteintritt und die Marktposition ebenfalls von polnischen Presseforschern mit einer besonderen Aufmerksamkeit verfolgt wurde. Offiziell wurde anfangs laut *Springer*, eine Auflage von ca. 150.000 Exemplaren angestrebt, die weit unter den Verkaufsauflagen von 500.000 Exemplaren der *Gazeta Wyborcza* und 270.000 Exemplaren der *Rzeczpospolita* liegen, um nicht den Eindruck einer Kampfmarkteinführung zu erwecken (vgl. BARANOWSKI 2007).

Wie vor der Markteinführung von *Fakt* wurde auch die Einführung von *Dziennik* von einer intensiven Werbekampagne begleitet, die schon sehr zielgruppenspezifisch ausgelegt worden war. (PRESS 2006). Nach dem Start des Blattes wurde von einer Erstauflage von

500.000 berichtet, was wesentlich der vorherigen Aussage des Verlages widersprach. Vermutungen über die Anzapfung der Leserschaft der *Gazeta Wyborcza* wurden geäußert. Einige der *Dziennik* Redakteure erklärten offen: *"Wir ziehen in den Krieg gegen Gazeta Wyborcza"* (vgl. BARANOWSKI 2007). Der Start der neuen Zeitung zeichnete sich durch die niedrige Preissetzung aus. Die *Gazeta Wyborcza*, die am meisten von *Dziennik* als direkten Konkurrenten bedroht war, senkte darauf ihren Preis von 2,80 auf ebenfalls 1,50 PLN (vgl. URBAN 2006, S. 17).

Kontrovers wird auch die politische Linie der Zeitung und gleichzeitig des *Springer* Verlages sowohl in polnischen als auch in den deutschen Medien diskutiert. So berichtet der Chefredakteur des neuen Blattes Robert Krasowski einen Tag nach der Veröffentlichung der Erstaussgabe: *„Das Werbebanner "Dziennik - Hinter uns steht kein Palast", das seit Tagen am Warschauer Kulturpalast hängt und kilometerweit zu sehen ist, ist natürlich ein Scherz. Zugleich ist der Slogan aber auch eine höchst ernste Erklärung unserer Unabhängigkeit und intellektuellen Selbständigkeit. Wir haben keine Mission. Wir wollen niemanden belehren, niemanden erziehen. Wir sympathisieren mit keiner Partei, wir forcieren keinerlei politische Ansichten."* (vgl. LESSER 2006, S. 17).

Die „Süddeutsche Zeitung“ berichtet zum gleichen Zeitpunkt über die Distanz von *Dziennik* zur polnischen Regierung. Die Korruptionsbekämpfungsversuche der Regierung werden zwar von *Fakt* und anderen *Springer* Publikationen unterstützt, doch über die Kämpfe um Sitte und patriotische Erziehung, die die Regierung führt, wird eher verhalten berichtet (vgl. URBAN 2006). Polnische Journalisten vermuten jedoch, daß das Blatt zu einem neuen Sprachrohr der Rechten werden könnte. Diese Vermutungen werden damit begründet, daß die gegenwärtige *PiS* Regierungspartei, der *Gazeta Wyborcza* nicht besonders positiv gegenüber steht. Trotz des Paradoxes, daß *Dziennik* ein Produkt aus deutschem Hause ist, scheint das der Zusammenarbeit mit der *PiS*, die für ihre anti-deutsche Politik bekannt ist, nicht im Wege zu stehen, wie es auch zuvor bei der Kooperation mit *Fakt* sichtbar wurde. Spekuliert wird vor allem darüber, welche Rolle *Dziennik* in Zukunft als meinungsbildendes Blatt einnehmen wird. Einerseits erhofft man sich von *Dziennik* eine Befreiung der polnischen Medienlandschaft von den direkten Verbindungen zur Politik, andererseits vermutet man eher, daß mit Hilfe der Tageszeitung der Aufbau einer polnischen CDU ermöglicht wird. Der Verlag könnte an dieser Stelle dann gut mit seiner langjährigen Erfahrung als verlässlicher Medienpartner der Konservativen dienen (vgl. BARANOWSKI 2007).

## ***Kapitel 7 Veränderungen der Lesemuster und der Wandel journalistischer Kultur***

Der Wandel auf der sozialen Ebene angetrieben von medienpolitischen und ökonomischen Faktoren, wurde besonders deutlich an den Veränderungen des Leseverhaltens der polnischen Bevölkerung. Mit dem veränderten Angebot änderten sich auch der Bezug zur Tagespresse und das Kaufverhalten der Menschen. Die Veränderung des inhaltlichen Angebotes der polnischen Tagespresse wurde von dem Wandel der journalistischen Kultur beeinflusst, die dann wiederum von ihren Arbeitsbedingungen und den Rahmen der inneren Pressefreiheit beeinflusst wurde. Das folgende Kapitel der Untersuchung fächert die Probleme des Kulturwandels anhand der Gruppen Leser und Journalisten auf.

### **7.1 Wandel der Lesemuster in der polnischen Gesellschaft**

Seit dem Zusammenbruch des kommunistischen Regimes verzeichnete man eine deutliche Änderung der Lesemuster in der polnischen Bevölkerung. Man kann davon ausgehen, daß das Medienverhalten der Leser sowohl eine Reaktion auf grundsätzliche Veränderungen des Angebotes von Tageszeitungen war, als auch vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Veränderungen stattfand, die eine Systemtransformation mit sich bringt. Nicht zu unterschätzen ist auch die Zunahme der Fernseh- und Radionutzung, sowie der neuen Medien wie dem Internet, welche sich ebenfalls auf die Pressennutzung der Bevölkerung auswirken (vgl. FILAS 1999, S. 213).

#### **7.1.1 Veränderungen im Leseverhalten von Tageszeitungen**

Die Untersuchungen des polnischen Presseforschungsinstitutes in Krakau belegen, daß zu Zeiten des kommunistischen Regimes die Presse insbesondere in Krisenzeiten bzw. in Zeiten des Regierungswechsels am Meisten und am Aufmerksamsten genutzt wurde. So wurde z.B. im Jahre 1981, in Zeiten der freien Gewerkschaftsgründung, der höchste Leserstand mit 95% von Tageszeitungen gemessen. In Zeiten des Kriegszustandes fiel der Indikator der Pressennutzung auf 86%, wobei er während der Dekade des Kriegszustandes um 90% lag (vgl. MIELCZAREK 1998, S. 281f).

Zu Anfang der 90er Jahre wurde laut Untersuchungen zum Leseverhalten der polnischen Tagespresse eine radikale Veränderung alter Lesegewohnheiten festgestellt. Diese Veränderung wurde aus Reaktionen abgeleitet, die entweder einen völligen Verzicht der Leser auf Tagespresse aufzeigten oder zumindest eine starke Rationalisierung des Lesens darlegten. Im Vergleich zum Vorjahr haben sich die Zahlen der Nichtleser und der Verzichtleser (diejenigen die zuvor regelmäßig eine Tageszeitung gelesen haben) von 9 auf 17% gesteigert. Das regelmäßige Lesen von Regionalausgaben blieb jedoch als

traditionelles Lesemuster in der polnischen Bevölkerung erhalten (vgl. FILAS 1999, S. 214 f). Trotz des allgemeinen Rückganges der Leserzahlen von Tagespresse, ist sie immer noch ein wichtiges Informationsmedium in der polnischen Gesellschaft. Im Jahre 1994 stellte die polnische Medienwissenschaftlerin Ilza Kowol fest, daß jeder fünfte Zeitungleser in Polen die *Gazeta Wyborcza* liest, jeder fünfte liest überhaupt keine Tageszeitung und viele nur die Wochenendausgabe, aber hauptsächlich wegen des Fernsehprogramms. Laut Schätzungen erscheinen in Polen ca. 5 Millionen Exemplare von Tageszeitungen bei ca. 12 Millionen in 200.000 Haushalten. Nur etwa jeder Dritte kauft eine Tageszeitung. Nach der Wende und der Transformation des polnischen Pressesystems nahm zwar die Zahl der Nichtleser ab, aber die der Gelegenheitsleser stieg an (vgl. KOWOL 1994).

Im weiteren Verlauf der 90er Jahre kam es zu einer gewissen Belebung der Pressennutzung. Die Anzahl der Nichtleser sank deutlich, ebenso konnte man eine Steigerung der Anzahl gelesener Titel, insbesondere der überregionalen Tageszeitungen feststellen. Eine regelmäßige Nutzung dieses Mediums konnte man jedoch nicht feststellen, bei Tageszeitungen ist sie sogar gesunken. Dieses Phänomen deutete auf eine Lockerung der Leserbindung und läßt darauf schließen, daß aufgrund des immer größer werdenden Angebotes an Presseständen die Leser sich nicht nur auf einen Titel festlegen wollten. Bis zu Mitte der 90er Jahre war der Tageszeitungsmarkt von Wellenbewegungen in der Pressennutzung gekennzeichnet. Diese Zunahme der Titelnutzung hing mit dem Aufkommen neuer Titel auf dem Pressemarkt zusammen, die aber soweit sich diese Titel etablieren konnten auch wieder schnell absank (vgl. FILAS 1999, S. 214 f).

Im Jahre 2001 ergaben Untersuchungen des *Zentrums für öffentliche Meinungsforschung* (Centrum Badania opinii społecznej-CBOS) eine geringere Tageszeitungsnutzung im Vergleich zur Fernsehnutzung, jedoch eine höhere im Vergleich zur Radionutzung. Insgesamt wurde festgestellt, daß die Situation nicht ganz so schlecht war wie vermutet. Da die Untersuchungen regional angesetzt waren, konnte man in unterschiedlichen Regionen Polens Differenzen in den Lesegewohnheiten von Tageszeitungen feststellen. So wurden im nördlichen Teil Polens häufiger Tageszeitungen gelesen als im Osten, wo den Umfragen nach seltener Tageszeitungen konsumiert wurden (vgl. KOMOROWSKA 2001, S.25).

Zu den meistgelesenen überregionalen Blättern gehören nach den neusten Ergebnissen des *Polnischen Leseforschung Institutes* (Polskie Badania Czytelnictwa -PBC) die *Gazeta Wyborcza* mit 19,68%, gefolgt von der Boulevardzeitung *Fakt* mit 18,81% und *Super Express* mit 8,89% der befragten Leser<sup>5</sup>. Das *Springer* Produkt *Dziennik* findet man auf Platz 5. mit 8,16%, immerhin vor der konservativen *Rzeczpospolita* mit einer Leserschaft von 5,44% der Befragten (vgl. PBC 2007).

### **7.1.2 Ausschlaggebende Faktoren für Veränderungen im Leseverhalten der Tagespresse**

Die Veränderungen im Lese- und Konsumverhalten der polnischen Tageszeitungsleser sind von Faktoren unterschiedlicher Natur beeinflusst worden. Zu den hauptsächlichsten

---

<sup>5</sup> N= 23 593 Befragte Leser

Einflußfaktoren gehören sicherlich die Veränderung des Pressemarktes durch Privatisierung und die Einführung neuer Titel. Aber auch der Einfluß bzw. das Konsumverhalten bezüglich der audiovisuellen und elektronischen Medien wirkte sich negativ auf das Leseverhalten von Printmedien aus.

Der polnische Leseforscher Richard Filas (2001, S. 17) schreibt die Veränderung hauptsächlich den inneren Einflußfaktoren zu. Dabei erwähnt er die gegenwärtige ökonomische Situation, die in der Regel mit einem sinkenden Lebensstandard für die breite Masse verbunden ist. Die Veränderung des Werbemarktes wird ebenfalls als ein Einflußfaktor aufgeführt. Da in diesem Bereich in den letzten Jahren eine Senkung der Erlöse aus Werbeeinnahmen bei den Tageszeitungen zu verzeichnen war, hatten viele Blätter durch Sparmaßnahmen einen Qualitätsverlust zu verzeichnen, was sich letztendlich auf die Leserschaft auswirkte (vgl. FILAS 2001, S.17).

Ein anderer Faktor der zum Wandel des Leseverhaltens führt, ist die Nutzung von Internet und den Online Ausgaben der Tageszeitungen. Es gibt in der Regel Ansätze, die belegen, daß die Online Ausgaben der Tageszeitungen deren Printform nicht ersetzen können und nur eine ergänzende Rolle spielen. Trotz der ansteigenden Anzahl der Internetnutzer kann man im Allgemeinen nicht feststellen, daß auf das traditionelle Printmedium Tageszeitung verzichtet wird. Bei Gruppen der Internetnutzer, die auf die traditionellen Medien verzichten unterscheidet man zwei Gruppen:

1. Ein Teil der Internetnutzer unterschiedlicher Altersklassen, die täglich mehrere Stunden mit Internetsurfen verbringen und aus zeitlichen Gründen bzw. mangelnden Bedarf die Tagespresse als Informationsquelle nicht mehr nutzen
2. Eine Gruppe Jugendlicher, die ablehnend traditionellen Medien einschließlich des Fernsehens gegenübersteht. Durch die mangelnde Leseförderung der traditionellen Medien in jungen Jahren verbringt die „Cyber-Generation“ viele Stunden mit Computerspielen und Internet

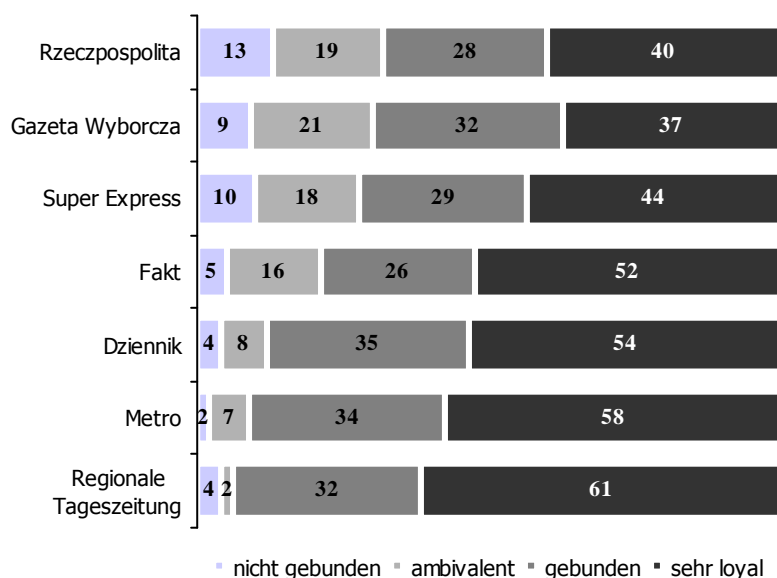
Die Beobachtung der Veränderung des Leseverhaltens Jugendlicher, hinsichtlich Zeitungen und Zeitschriften, die an diese Zielgruppe adressiert sind, gilt als ein Indikator von kulturellen Veränderungen, die nun auch in den letzten Jahren Polen erfaßt haben (vgl. FILAS 2001, 17f).

### **7.1.3 Die Frage der Glaubwürdigkeit von Tagespresse**

Der Wandel vollzog sich in der Tagespresse mit der Gründung der *Gazeta Wyborcza*, die in den nächsten Jahren den ersten Platz bei den Tageszeitungen einnahm und teilweise bis heute ihren Vorsprung trotz des Leserschwundes in den 90er Jahren, gegenüber der Konkurrenz halten konnte. Die große Popularität der *Gazeta Wyborcza* hatte mitunter mit der Vergangenheitsbewältigung in der polnischen Gesellschaft zu tun. Da die Presse in kommunistischen Zeiten als staatliches Organ galt, verlor sie an Glaubwürdigkeit in der Bevölkerung. Das gleichzeitige Erscheinen der Untergrundpresse und die strenge Zensur unterstützten diese Meinung der polnischen Gesellschaft.

Ein zweiter wichtiger Faktor des Wandels der Glaubwürdigkeit waren die westlichen Investitionen in der Tagespresse, das Aufkommen neuer Titel sowie die gesamte politische Unsicherheit zu Anfang der 90er Jahre. Hinzu kam noch der Mangel an objektiver Berichterstattung über politische und gesellschaftliche Aspekte, der letztendlich auch dazu beitrug, daß in der allgemeinen Bevölkerung das Vertrauen in die Tagespresse größtenteils verloren ging. In diesen Jahren wurde die Presse nicht sonderlich ernst genommen, man wechselte aufgrund der neuen Titelvielfalt häufig die Tageszeitung, selten blieb man einem Titel treu, wobei die regionalen Tagesblätter immer noch als eine Ausnahme galten (vgl. FILAS 1999, S. 214 ). Untersuchungen des privaten Meinungsforschungsinstitutes (TNS OBOP) belegte bei überregionalen Tageszeitungen eine geringere Leserbindung als bei regionalen Ausgaben. Die Messung der Loyalität gegenüber bestimmter Titel ergab also, daß Leser regionaler Ausgaben sich seltener für andere Titel entscheiden, dagegen Leser des Qualitätsblattes *Rzeczpospolita* und *Gazeta Wyborcza* öfters andere Tagesblätter lesen.

**Abbildung 4 Leserbindung an bestimmte Tageszeitungen**



Quelle: TNS-OBOP 2007

Im Bezug auf die Glaubwürdigkeit von Tageszeitungen ergab die Umfrage des polnischen Meinungsforschungsinstitutes im Jahre 2006, daß die Arbeit von Journalisten allgemein als vertrauenswürdig gilt. Zum größten Teil sind die Befragten der Meinung, daß sich Journalisten mehr um gesellschaftliche Belange kümmern als Politiker. Die Untersuchung verzeichnete im Vergleich zu den letzten drei Jahren ein allgemein positiveres Bild der Journalistenarbeit und Glaubwürdigkeit ihrer Berichterstattung (vgl. WENZEL 2006, S. 6).



## 7.2 Der Wandel journalistischer Kultur

Die Beschreibung der Transformation polnischer Medien bzw. Tagespresse, wäre ohne die Beleuchtung des Journalistenmilieus und dessen Wandels recht schwierig bis unvollständig. Insbesondere weil der Wandel dieses Berufes und seine Auswirkungen auf die Berichterstattung, die Charakteristik polnischer Medien prägten. Die Veränderungen der politisch-gesellschaftlichen Ebene, der medienpolitischen Regulierungen sowie der Strukturen der Besitzverhältnisse hatten wesentliche Auswirkungen auf das polnische Journalistenmilieu. Das vorliegende Kapitel beschreibt zunächst Probleme der journalistischen Arbeit wie die Generationskonflikte im Journalismus nach dem Umbruch und der zunehmender Boulevardisierung in der Berichterstattung. Der zweite Teil des Kapitels beleuchtet journalistische Standards, mit dem Augenmerk auf die Pressefreiheit und führt die Bedeutung des investigativen Journalismus in Polen auf.

### 7.2.1 Transformation des polnischen Journalismus: Generationskonflikte, mangelnde Ausbildung und Schleichwerbung in der Berichterstattung

Die ersten Veränderungen in polnischen Redaktionen konnte man ab Sommer 1989 feststellen. Nach der Auflösung des RSW Konzerns wurden die meisten Chefredakteure und ihre Stellvertreter abgesetzt und durch Journalisten ersetzt, die entweder mit der Gewerkschaft *Solidarnosc* in Verbindung standen oder durch ehemalige Oppositionelle, die nach der Verhängung des Kriegsrechts im Jahre 1981 Berufsverbot hatten. Eine Begleiterscheinung dieser Veränderungen war auch die hohe Arbeitslosigkeit unter der viele Journalisten in den ersten Jahren des Umbruchs leiden mußten. Das Phänomen der Arbeitslosigkeit betraf anfangs Journalisten verschiedenen Alters, trotzdem konnte man eine höhere Arbeitslosenquote bei älteren Journalisten mit Berufserfahrung feststellen, die noch durch das alte Regime geprägt waren. Ein weiteres Phänomen, was die Demonopolisierung des Pressemarktes mit sich brachte, war eine unsichere Arbeitsplatzsituation. Zu Anfang der 90er Jahre wurden viele befristete Zeitverträge mit Journalisten abgeschlossen bzw. nur nach Urheberrechten verhandelt. Trotz der unsicheren Arbeitsplatzsituation wurden die Medien für viele junge Leute zu einem interessanten Arbeitsplatz (vgl. MIELCZAREK 1998, S. 80 f).

Als ein anderes Problem erwies sich die innere Pressefreiheit in den Redaktionen. Die Aufhebung der Verstaatlichung der polnischen Presse und die darauf folgende Privatisierung brachten viele unkontrollierte Prozesse innerhalb der Presse mit sich. Mittlerweile entwickelte sich eine ganze Reihe von Problemen, die aus der Entwicklung des Pressesystems resultieren und die mit dem Mißbrauch der Freiheit zusammenhängen. So auch die innere Pressefreiheit, für die es praktisch keine gesetzlichen Bestimmungen gibt. Allgemeine Bestimmungen findet man im Arbeitsrecht, aus denen man auch einen Schutz der Journalisten ableiten kann (vgl. PACULA 1999).

In den ersten Jahren der Medientransformation konnte man ebenfalls eine ungewöhnliche Zusammensetzung der polnischen Redaktionsteams beobachten. Allgemein war es üblich, daß junge Journalisten im Alter von 20 bis 25 Jahren die Nachrichten in Ressorts wie Politik und Wirtschaft redigierten. Die jungen Journalisten, die frisch von der Schule kamen, waren in erster Linie unvorbelastete, engagierte Mitarbeiter und billige Arbeitskräfte für die Redaktionsleiter. Absolventen von Journalistenstudiengängen stand man oftmals skeptisch gegenüber, da sie als vorbelastete „Mitarbeiter der ideologischen Front“ angesehen wurden und nur mühsam hätten reformiert werden können (vgl. SCHLIEP 1997, S. 166).

Nachdem die Anfänge der Transformation dazu führten, daß ungefähr 1500 ältere Journalisten aus dem Beruf aus unterschiedlichen Gründen ausschieden, eröffneten die neuen Rahmenbedingungen, wie zum Beispiel die technischen Erneuerungen der Redaktionen jungen Interessenten die Türen. Viele der jungen Journalisten publizierten vorher in der Untergrund- und Alternativpresse. Sicherlich gab es unter ihnen fähige und gute Journalisten, es gab jedoch ebenso viele die ihr Handwerk nicht beherrschten. Dieser Gruppe wirft man unter anderem unobjektive Berichterstattung und mangelnde Verantwortung vor, was sich auch auf das polnische Medienbild in den nächsten Jahren auswirken sollte (vgl. BAJKA 2000a, S. 46).

Die Mängel in der Ausbildung sollten für das Image der polnischen Medien in der Zukunft schwerwiegende Folgen aufweisen, welche sich hauptsächlich in der Berichterstattung, die selten frei von Meinung war, widerspiegeln. Das zentrale Problem in den Anfangsjahren war die Politisierung der Medien. So betrachteten viele Journalisten besonders der älteren Generation ihre Arbeit immer noch als eine Fortsetzung ihres politischen Engagements, was zu vielen Spaltungen in den Redaktionen, der Verlegerschaft und im Journalistenmilieu führte. Zusätzlich wurde diese Kluft durch den Umbruch der Gesellschaft, Wirtschaft und Politik und neuen Erfahrungen im polnischen Alltag, die mit politischen Anschauungen und parteilichen Zugehörigkeiten verbunden war gefördert (vgl. SCHLIEP 1997, S. 167). Die Diskrepanz beider Generationen im Journalismus führte zu Mängeln in der Objektivität der Berichterstattung, Analyse und gründlicher Recherche der Themen. Vorteile der neuen Generation erwiesen sich jedoch in der unkonventionellen Art der Berichterstattung die bei den polnischen Lesern insgesamt sehr gut angekommen ist (vgl. JAKUBOWICZ 1992, S.71).

Probleme hinsichtlich der Objektivität waren nicht die einzigen, die beim Betreten des freien Marktes aufgetaucht sind. Ein neues Phänomen erfaßte die Journalistenkreise, mit denen sie bis dahin nicht konfrontiert wurden. Die klassische *Public Relation* zeigte in dem Bereich besonders viel Wirkung und die meisten der polnischen Journalisten waren dem völlig hilflos ausgeliefert. Plastiktüten voller Werbegeschenke, die bei Pressekonferenzen an Journalisten verteilt wurden führten nicht selten zu einer Welle unkritischer Beiträge. Besonders die Presse ist immer noch von dem Problem der Schleichwerbung betroffen. In vielen Redaktionen wird das Problem der Schleichwerbung durchaus akzeptiert. Journalisten die sich in der Berichterstattung einen Nebenverdienst als Werbetexter verdienen, sind keine Seltenheit. Das liegt an dem schwach ausgeprägten ethischen

Bewußtsein, dem vorherrschenden Klima der allgemeinen Nachsicht sowie an dem starken Ungleichgewicht beim Einkommen der Journalisten (vgl. ZAKOWSKI, S. 263). Es sollte erst einige Jahre dauern, bis in den Medien, wenngleich nicht bei allen, ein Lernprozeß einsetzte und Journalisten erkannten, daß die Zeiten des Kampfes endgültig zu Ende gingen, und daß in der neuen demokratischen Gesellschaftsordnung journalistische Standards, Professionalität und Objektivität vor persönlichen Sympathien und Wünschen stehen müssen (vgl. SCHLIEP 1997, S. 170).

### **7.2.2 Die Rolle der Pressefreiheit und zunehmende Boulevardisierung der polnischen Tagespresse**

Um den Grad der Pressefreiheit in Polen zu bestimmen eignen sich die Rankinglisten der Reporter ohne Grenzen (2006) und des Freedomhouse (2007). Im Ranking der Reporter ohne Grenzen im Jahre 2005 befindet sich Polen auf Platz 58, im Ranking des Freedomhouses im Jahre 2007 auf dem Platz 46. Damit ist Polen in der Rankingliste der Reporter ohne Grenzen im Vergleich zum Vorjahr von Platz 70 im Jahre 2004 auf Platz 58 vorgerückt (vgl. REPORTER-OHNE-GRENZEN 2007). Die im Vergleich zu anderen Ländern eher niedrige Rankingplatzierung resultiert aus dem hohen Korruptionsgrad in Polen, welcher zwar in anderen Sektoren wesentlich höher ausgeprägt ist, sich aber ebenfalls in der Berichterstattung zum Beispiel in Form von Schleichwerbung und Politisierung widerspiegelt. Zum Teil spielen auch die gesetzliche Lage im Bereich der Medienpolitik eine Rolle und die Rahmenbedingungen für investigativen Journalismus (vgl. FREEDOMHOUSE 2007).

Obwohl die Pressefreiheit in der polnischen Verfassung etabliert ist, wird sie nicht immer praktiziert. Die Pressefreiheit wird immer dann eingeschränkt, wenn zu viele Interessen der Akteure des Pressemarktes auf die Redaktionstätigkeit und somit auf die Berichterstattung einwirken. Ein Beispiel solcher Interessen seitens der Politik ist die versuchte Einflußnahme auf die kritische Berichterstattung der *Rzeczpospolita* im Jahre 2002. Die polnische Regierung setzte die Tageszeitung unter Druck, in dem offenkundigen Versuch, ihre kritische Berichterstattung zu unterbinden, oder gar den Inhabern die Kontrolle zu entziehen. Daraufhin startete die *World Association of Newspapers* und das *Internationale Forum der Chefredakteure* eine internationale Kampagne, um die Einschränkung der Pressefreiheit in Polen ins Licht der Öffentlichkeit zu rücken. Der Regierung wurde unter anderem vorgeworfen unternehmensschädigend zu handeln, indem die Mehrheitseigner, die norwegische Firma *Orkla Media* mit dem Ziel in Mißkredit gebracht wurde, sie zum Verkauf ihrer Anteile zu zwingen (vgl. WAN 2004, JACHOWICZ 2003, S. 10). „*Die Verfahren gegen die Eigentümer von „Rzeczpospolita“ und der Versuch des Staates, eine führende Zeitung unter seinen Einfluss zu bringen, weckt Erinnerungen an die Methoden des früheren kommunistischen Regimes und haben in einer jungen Demokratie nichts zu suchen. Wir haben die EU-Behörden gebeten, diese Entwicklung im Rahmen des Beitrittsverfahrens zu prüfen.*“ (BALDING 2004)

Die Einschränkung der Pressefreiheit wurde anhand mehrerer Beispiele in der jüngsten Vergangenheit deutlich, die insbesondere mit den Aussagen der gegenwärtigen *PiS* Partei zusammenhängen und die besonders internationale Journalistenverbände aufmerksam beobachteten und in der Öffentlichkeit verurteilten (vgl. SPIEGEL 2006, DUDEK 2006). Es ist jedoch nicht nur der politische Einfluß, der Druck auf die Pressefreiheit auszuüben scheint. Verlagsinteressen und Lobbyismus werfen auch hinsichtlich der Pressefreiheit wichtige Fragen auf (vgl. JACHOWICZ 2003, S. 37). Gegenwärtig ruft in Polen die zunehmende Einschränkung der Pressefreiheit kritische Debatten hervor. Journalistenverbände und NGOs machen sich für die Rechte ihrer Berufsgruppe in der aktuellen Debatte um die Geheimdienstvergangenheit stark. Das neue Lustrationsgesetz, das im Kapitel 5.1.2 diskutiert wurde, wird als ein Instrument der *PiS* Partei gesehen, um mit der kommunistischen Elite abzurechnen – wozu auch Journalisten zählen. Nun hat die Regierung eine Vorschrift erlassen, nach der sich die Journalisten Polens nun selbst „durchleuchten“ und über mögliche Kontakte zum kommunistischen Sicherheitsdienst Rechenschaft ablegen müssen. Befürchtet wird vor allem, daß das neue Gesetz zur „Säuberung“ von politisch unerwünschten Journalisten dienen soll (vgl. SCHLINDWEIN 2007).

Eine andere Debatte, die nicht direkt den Aspekt der Pressefreiheit betrifft, ihn aber dennoch streift, ist ein Trend zur Boulevardisierung der Tagespresse. Obwohl sich dieser schon vor der Präsenz des *Springer* Verlages auf dem Tageszeitungsmarkt bemerkbar machte, änderte sich die Situation durch die Einführung der Boulevardzeitung *Fakt* auf dem Markt der tagesaktuellen Presse enorm. Andere Verlage waren dazu gezwungen, in ihrer Preispolitik und der Art der Berichterstattung mit den neuen Produkten mitzuhalten.

Eines der größten Schwierigkeiten bereitete, wie ebenfalls in manchen westlichen Demokratien, die Kluft zwischen kommerziellen Druck und der Journalistenethik. Niedrige Verdienste und eine große Nachfrage nach Unterhaltung erschweren zusätzlich eine seriöse und objektive Berichterstattung. Tendenzen zum seriösen Journalismus sind zwar im polnischen Journalismus erkennbar, trotzdem überwiegt die unterhaltungsorientierte Berichterstattung in der Tagespresse. Zum einem machen Medienwissenschaftler die Dominanz ausländischer Verlage für diesen Trend verantwortlich, zum anderen werden an dieser Stelle die Mängel journalistischer Ausbildung und mangelndes Ethikverständnis hervorgehoben (vgl. WYKA 2005, S.2). „*There is also more and more yellow journalism, feeding on the wave of corruption, crime, and general crisis sweeping Poland. After decades of sober and earnest journalism, dictated by a sense of decorum and straitlaced public morality typical of the communist era, some journalists are making up for lost time by pandering to low instincts and prurient tastes.*“ (JAKUBOWICZ 1992, S.71)

Der polnische Politologe Sanislaw Mocek setzt sogar den Sensationsjournalismus mit dem kommunistischen Journalismus gleich. Die oberflächliche Berichterstattung ordnet er der Kommerzialisierung unter, wobei er diese auch mit der Zusammenarbeit der Medien mit dem kommunistischen Regime vergleicht. „*Das Medienprodukt ersetzt die Ideologie, die Werbung ersetzt die Propaganda und Journalismus ist zum Show Business verkommen*“

(MOCEK 2006, S. 183) Die Nachfrage nach Sensationsjournalismus läßt sich zum Teil an den Verkaufauflagen der *Fakt* feststellen, die sogar die Auflagenstärke der Qualitätszeitung *Gazeta Wyborcza* übertreffen. Die Stärke des Blattes ist nicht nur die einfache Sprache der Berichterstattung die jede Zielgruppe erreicht, vor allem Schichten, die normalerweise keine Tageszeitungen konsumieren – ein anderer Aspekt ist die sensationsorientierte Berichterstattung die politische Entscheidungen bzw. das politische Leben als Show inszeniert. Von Politikern und Lobbyisten wird diese Art von Journalismus nicht in jedem Fall abgelehnt, denn dann fungieren Journalisten nicht mehr als „Watchdogs“ die den Mächtigen auf die Finger schauen und Mißstände aufdecken, sie werden eher als „Attackdogs“ gesehen, die auf der Jagd nach immer neuen Sensationen in den meisten Fällen über das Wesentliche hinwegsehen (vgl. WYKA 2005, S. 3).

### **7.2.3 Das Verständnis von Medienethik und der Wandel von journalistischen Standards**

In Zeiten des kommunistischen Regimes war die Situation für die Medien klar. Fast der gesamte Presseapparat wurde vom Staat kontrolliert und unterstützte formell die jeweiligen Machthaber. Ein kleiner Teil der Publikationen, welcher von der Kirche oder anderen nichtkonfessionellen Organisationen herausgegeben wurden, stand in der Opposition zur Regierung. Aber auch diese Publikationen unterlagen der Zensur, was die Möglichkeiten einer Kritik einschränkte. Die Gruppe der Untergrundblätter galt als eine Ausnahme, weil sie außerhalb der Reichweite der Zensur illegal herausgegeben wurden, aber dafür mit harten Konsequenzen für ihre Arbeit rechnen mußte. Die Journalisten der Untergrundpresse sahen ihre Arbeit vor allem als eine politische Waffe im Kampf gegen das antidemokratische Regime (vgl. ZAKOWSKI 1999, S. 257).

Der Medienwandel brachte zwar das Ziel der Pressefreiheit ein wenig näher, trotzdem gab es unschöne Seiten, die die wiedergewonnene Medienfreiheit mit sich brachte. Schlecht recherchierte Berichte, ungeprüfte Informationen und parteiliche Berichterstattung sind nur wenige Beispiele der Mängel in der Ausbildungspraxis von Journalisten. Als besonders schwierig erwies es sich jedoch in der Phase des Überganges das ethische Bewußtsein in Journalistenkreisen zu ändern. Die erste nichtkommunistische Regierung wählte den Weg des marktwirtschaftlichen Ansatzes in der Gestaltung der Medienpolitik. In anderen Worten- sie richtete sich ausschließlich nach den liberalen Gesetzen des freien Marktes, was sich auch auf die journalistische Arbeit auswirkte (vgl. JAKUBOWICZ 1997b, S.267). Da der Begriff der Medienethik nicht immer eindeutig und auch ziemlich komplex bewertet wird, geht der polnische Journalist Jacek Zakowski (1991; S. 258) von der Marktsituation in der sich gerade Medien befinden aus, wobei die im Marketing, Werbung und *Public Relations* gültigen Kriterien berücksichtigt werden. Journalisten, die sich hauptsächlich an den marktwirtschaftlichen Prinzipien orientierten, richteten sich nicht nach einen einheitlichen Ethik-Kodex, welcher in westlichen Ländern oft eine Rolle in der journalistischen Arbeit spielt. Einerseits beruhte dieses Problem am mangelnden Interesse

der Mitgliedschaft in journalistischen Organisationen, wie der *SDP*, der nur wenige Journalisten angehörten und andererseits an der unkonventioneller Art der neuen Journalistengeneration, die ihren Ethik-Kodex selbst bestimmte. So wurde sich leicht auf die Presse und Meinungsfreiheit berufen, wenn es um das Vertreten eigener Meinungen und politischer Linie in der Berichterstattung ging (vgl. ZAKOWSKI 1999, S.268).

Ein anderer Aspekt, welchem die Medien unterworfen waren, war unter anderen die Politisierung der Medien, welche wiederum erneut zu einer nicht objektiven Berichterstattung führte. Insbesondere während der Wahlkampagnen wurden Medien mehrmals zum Werkzeug politischer Auseinandersetzungen, wobei ethische Prinzipien grundsätzlich verletzt worden sind. Anfangs standen die Journalisten diesem Problem etwas ratlos gegenüber, denn die von Politikern vorgetragenen und von den Medien ungeprüften Beschuldigungen wurden zur Nachricht, wobei die Journalisten auch ohne bösen Willen unschuldigen Personen Schaden zugefügt haben (vgl. EBENDA, S. 265). In den ersten Jahren gab es mehrere Versuche, einen einheitlichen Ethik-Kodex für Journalisten zu entwerfen, die aber leider niemals über ihre Vorbereitungsphase hinauskamen. Erst Mitte der 90er Jahre startete die Vereinigung polnischer Journalisten eine Initiative um ethische Grundsätze in einer Medien-Charta zu kodifizieren. Die Mediencharta wurde von fast allen Presseverlegern angenommen, die dann wiederum eine Medienkonferenz ins Leben gerufen haben, die am 19 Juni 1996 zur Gründung des *Ethischen Medienrats* in Warschau führte. Dieser Medienrat veröffentlicht in regelmäßigen Abständen Stellungnahmen zu aktuellen ethischen Fragen im Medienbereich. Dadurch entwickelt sich ein allgemein gültiger ethischer Kodex, der die Tätigkeit von Journalisten in Polen regulieren soll (vgl. SCHLIEP 1997, S. 173). Das Ausschlaggebende war die Überlegung, daß bei der journalistischen Arbeit das Verantwortungsgefühl für Wort und Bild der wiedergewonnenen Freiheit entsprechen sollte (vgl. EBENDA, S. 268). Ein weiteres Ziel der Gestaltung der Mediencharta war im Journalistenmilieu ein Bewußtsein zu schaffen, welches sich mit der Öffentlichkeit identifiziert und nicht mit autoritären Gruppen. Der Journalist soll ein unabhängiger Vertreter der Gesellschaft werden und nicht eine Ideologie oder Partei vertreten (vgl. JAKUBOWICZ 1997b, S.269).

#### **7.2.4 Die Rahmenbedingungen für investigativen Journalismus**

Eine einheitliche Linie für investigative Journalistenarbeit gibt es in Polen gegenwärtig nicht. Es gibt jedoch investigativ berichtende Journalisten, die schon manchen Korruptionsskandal und Mißstände in der Politik aufgedeckt haben. Investigativ recherchierte Berichte findet man in der *Gazeta Wyborcza*, der *Rzeczpospolita* und teilweise im Boulevardblatt *Super Express*. Diese Art der Berichterstattung erfordert eine finanzielle Unterstützung der Redaktion, deswegen wird sie nur von wenigen Journalisten praktiziert. Der Mangel an finanzieller Unterstützung für ausführliche Recherchen führt hauptsächlich dazu, daß die wenigen, die diese Art von Journalismus ausüben, sich der Tätigkeit nicht im Ganzen widmen können, sondern sie eher neben der hauptberuflichen Funktion ausüben müssen (vgl. WYKA 2005, S. 3).

Die polnische Journalistin und eine Vertreterin des investigativen Journalismus Anna Marszalek beschreibt jedoch die Rolle des investigativen Arbeitens bei der *Rzeczpospolita* als positiv. Die Redaktion der *Rzeczpospolita* ist eine von wenigen polnischen Redaktionen die eine intensive und monatelange Recherche zur Offenlegung von politischem bzw. wirtschaftlichem Fehlverhalten finanziell unterstützten und befürworteten. Die intensiven Recherchen werden zwar unterstützt, aber die oft kritisierte sensationsbetonte Berichterstattung bevorzugt. Die Gründe dafür sind relativ vielfältig, in erster Linie stehen die wirtschaftlichen Aspekte im Vordergrund, zweitens wird darauf Wert gelegt, daß wichtige Informationen für den Leser leicht verständlich und unterhaltsam gestaltet werden damit sie in der Informationsflut nicht untergehen. Der investigative Journalismus wird mit der Rolle der Medien in einer Demokratie gleichgesetzt. Das bedeutet, daß Journalisten und Medien als Kommunikatoren imstande sein müssen objektive und wahrheitsgetreue Informationen über Ungereimtheiten in Elitekreisen an die Öffentlichkeit zu bringen (vgl. MARSZALEK 2007).

Bei der Arbeit des investigativen Recherchierens sind insbesondere zwei Artikel im Presserecht von Wichtigkeit: Die *Auskunftspflicht*, welche im Artikel 11. des Presserechtes verankert ist, und die Vertreter staatlicher Institutionen, Unternehmen, Gewerkschaften und anderen Organisationen zur Presseauskunft verpflichtet. Eine unrechtmäßige Auskunft gilt als Straftat und wird mit einer Geldstrafe belegt. Trotz der strengen Bestimmungen bezüglich der *Auskunftspflicht*, läßt die Medienpraxis viel zu wünschen übrig. Außerdem enthält das Presserecht eine Reihe von Bestimmungen zum *Informantenschutz* und garantiert diesen Personen Anonymität (vgl. DOBOSZ 1999, S. 79).

Die andere Seite des investigativen Arbeitens macht seit einiger Zeit die Gefahr der körperlichen Gewalt aus, welche hauptsächlich Journalisten betrifft, die unangenehme Tatsachen der Protagonisten ihrer Berichte ans Licht bringen. Da sich diese Art des Journalismus hauptsächlich in der Transformation herauszubilden begann, war dies ein relativ neues Problem mit dem die Journalisten konfrontiert wurden. Ebenfalls wurden und werden immer noch etliche Prozesse gegen Journalisten geführt, die durch intensive Recherchen Fakten veröffentlichen die gegen das Persönlichkeitsrecht mancher Eliten verstoßen (vgl. MIELCZAREK 1998, S. 81 f).

Gegenwärtig ist Polens investigativer Journalismus hauptsächlich von vier Problemen betroffen: Körperliche Gefahr, politische und ökonomische Manipulation, und dem Einfluß der Anzeigengeber. Wie in allen Ländern Mittel- und Osteuropas herrscht ein hoher Grad an Korruption in Elitekreisen. Der Aspekt der körperlichen Gefahr bei Aufdeckung bestimmter Interessen die nicht der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden sollen, ist in Polen im Vergleich zu der Ukraine, Russland und Belarus Länder nicht in so hohen Maße betroffen. In extremen Fällen wird Polizeischutz den Journalisten beigegeben. Vom letzteren Aspekt der Geldgeberabhängigkeit ist besonders die lokale und regionale Presse betroffen. Die Macht der Anzeigengeber besteht darin, daß sie durch das Zurückziehen ihrer Offerten in der Lage sind ein Blatt, welches sich in erster Linie vom Anzeigenmarkt finanziert zu ruinieren (vgl. DE BOOSE 2005, S. 145).

## ***Kapitel 8 Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse***

Das letzte Kapitel der Untersuchung fasst Ansätze und Positionen der Untersuchungen zusammen, die der vorliegenden Diplomarbeit zugrunde liegen. Dabei wird das Ziel der Isolierung von Einflußfaktoren mittels eines Kategorienschemas umgesetzt, das als Instrument für die Auswertung der Gemeinsamkeiten und Unterschiede westlicher und polnischer medienwissenschaftlicher Betrachtungsweisen zum Thema dient. Diese Ergebnisse werden im letzten Teil des Kapitels in Form von Modellen präsentiert.

### **8.1 Eine Bestandsaufnahme und Erörterung polnischer und westlicher Sichtweisen zur Transformation der polnischen Tagespresse**

In der Diplomarbeit wurde sich medienwissenschaftlicher Publikationen bedient, um Strukturen der polnischen Tagespresselandschaft und ihrer Transformation auf der medienpolitischen, ökonomischen und sozialen Ebene zu veranschaulichen. Dabei werden Untersuchungen herangezogen die einer westlichen wissenschaftlichen Tradition unterliegen und polnische, die ebenfalls eine eigene Vorgehensweise dabei vermitteln. Ohne einen Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben, werden in diesem Kapitel Ansätze der Untersuchungen in einer Tabellenform komprimiert und miteinander verglichen, um Unterschiede und Gemeinsamkeiten der westlichen und polnischen Forschungsansätze festzumachen.

Ein wichtiger Punkt, der bei der Zusammenfassung noch Klärung bedarf, ist die Definition des Begriffes „westlich“, welcher die Gruppe der internationalen Wissenschaftler beschreibt. Obwohl Polen seit 2004 ebenfalls der „westlichen“ Welt durch ihre EU-Mitgliedschaft zuzuordnen ist, wird der Begriff an dieser Stelle als Abgrenzung gesehen, um die Denkschule der Forschungsansätze zu verdeutlichen.

#### **8.1.1 Ansätze, Positionen und Erkenntnisse der Medienwissenschaften: eine Außenbetrachtung**

Die Auswahl bei der Bestandsaufnahme von medienwissenschaftlichen Positionen deutsch- und englischsprachiger Fachliteratur erfolgt nach Kriterien der Beiträge zum Forschungsstand der jeweiligen Fachpublikationen. Der Forschungsansatz der Untersuchungen von Blumler (1997, S. 6-36) konzentrieren sich auf den gesamten Transformationsprozeß postkommunistischer Länder, wobei sich die Publikationen der beiden Medienwissenschaftlerinnen Barbara Thomas und Michaela Tzankoff (2001) ebenfalls beschränken. Sie liefern jedoch mit ihrem Sammelband einen ersten Beitrag der deutschsprachigen Fachliteratur mit Ansätzen zur Einordnung der Rolle der Medien in Transformationsprozessen. Insofern würden diese Faktoren, welche sich aus den Positionen



der oben genannten Autoren erschließen, eine Bedeutung einnehmen, die für alle postkommunistischen Länder gilt.

Da es, wie bereits erwähnt, in der deutsch- und englischsprachigen Fachliteratur nur wenige Untersuchungen zur Transformation von Mediensystemen gibt, wurden an dieser Stelle nur drei Autoren ausgewählt, die auf den spezifischen Verlauf der Medientransformation in Polen eingehen und unter anderem die polnische Tagespresse und ihren Wandel beleuchten. Einer der Herausgeber der ersten deutschsprachigen Fachpublikation zum Thema Medientransformation in Polen ist der Medienwissenschaftler Gerd G. Kopper. Diese Fachpublikation ist ein Novum im Bereich der Zusammenarbeit polnischer und deutscher Medienwissenschaftler zum Thema und dient in polnischer Sprache als Standardwerk der Journalistenausbildung in Polen. Der Band hat eine allein nach innen auf die Lage der Medien in Polen, bezogene Sichtweise. Kopper (1999, S. 29) tritt mit seinem Beitrag als einziger außenstehender Betrachter des Wandlungsprozesses auf. Als erste deutschsprachige Dissertation zum Thema ist ebenfalls das Werk von Hadamik (2003) zu nennen, welche sich ausschließlich mit der Medientransformation nach 1989 in Polen beschäftigt und in der als Ergebnis der Untersuchung ein spezifischer Transformationspfad Polens aufgezeigt wird.

Die folgende Tabelle veranschaulicht die Forschungsansätze und Positionen der oben genannten Autoren, welche mit ihren Publikationen in der deutsch- und englischsprachigen Fachliteratur einen Forschungsbeitrag zum Thema beigetragen haben. Die Einflußfaktoren, welche aus den Positionen der Medienwissenschaftler hervorgehen, werden im folgenden Kapitel in ein Kategorienschema eingebettet und erörtert.

**Tabelle 11 Eine Bestandsaufnahme westlicher medienwissenschaftlicher Untersuchungen**

<b>Autor</b>	<b>Ansatz</b>	<b>Position</b>	<b>Faktor</b>
<i>Blumler, Jay G.</i>	<i>Der englische Medienwissenschaftler stellt das Verhältnis von Medienwandel und Gesellschaftswandel in den Vordergrund. Dabei besteht sein Ansatz darin, Schnittstellen von Entwicklungen in den Bereichen Gesellschaftswandel und Medienwandel zu bestimmen</i>	<i>Der Gesellschaftswandel wird als Ursprung zur Umstrukturierung von Medienorganisationen, Technologien, Märkten und Ressourcen gesehen. Die Auswirkungen der Umstrukturierung berühren wiederum den gesellschaftlichen Kontext der Mediennutzer</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kommerzieller Einfluß</li> <li>• zunehmende Medienvielfalt</li> <li>• verstärkter Wettbewerb</li> <li>• internationale Medienkultur</li> </ul>
<i>Hadamik,</i>	<i>Katharina Hadamik</i>	<i>Der Medienwandel</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rechtsstaatliche</li> </ul>

<p><i>Katharina</i></p>	<p><i>entwickelt in ihrer Dissertation ein Untersuchungsraaster, welches in der Lage ist, verschiedene Ebenen des Transformation Entwicklungsprozesses in den Medien abzubilden. Durch dieses Instrumentarium wird ein spezifischer Transformationspfad deutlich</i></p>	<p><i>wird als ein komplexer und vielschichtiger Prozeß aufgefasst, der nur zum Teil medienpolitisch gesteuert wurde. Zahlreiche, wirtschaftliche, strukturelle, politische, personengebundene und kulturelle Faktoren haben den Verlauf und die Entwicklung mitgeprägt</i></p>	<p>Verhältnisse</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zuwachs des privaten Sektors</li> <li>• EU-Integration</li> <li>• internationale Integration</li> </ul>
<p><i>Kopper, Gerd G.</i></p>	<p><i>Der Medienwissenschaftler berücksichtigt bei der Analyse aus der europäischen Sicht das die Ökonomische Ebene, das Problem der Entwicklungsrichtung der Medien und die Rolle Europas im polnischen Transformationsprozeß</i></p>	<p><i>Der Transformation des polnischen Mediensystems wird im europäischen Zusammenhang eine besondere Bedeutung zugeschrieben. Die Entwicklung des Mediensektors wird als Modellfall mit besonderen Konturen gesehen</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• europäische Investitionen</li> <li>• harter Wettbewerb um Elitezugänge</li> <li>• EU Integration</li> </ul>
<p><i>Thomaß, Barbara</i></p>	<p><i>Die Wissenschaftlerin veröffentlicht mit Michaela Tzankoff das erste deutschsprachige Werk mit Ansätzen zur Rolle der Medien im Transformationsprozeß Mittel- und Osteuropas. Dabei greift sie Ansätze aus den Politik- und Sozialwissenschaften auf und überträgt diese auf ihre Analyse</i></p>	<p><i>Die Medien in Transformationsgesellschaften sind nicht mehr ein Teil des politischen Systems, sondern haben sich als eigenständiges System mit eigener Funktionslogik etabliert. Zu dieser Funktionserfüllung sind allerdings bestimmte Voraussetzungen nötig, die erst durch Ergebnisse der Transformation</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interessen der Akteure</li> <li>• Änderung von Kommunikationsstilen</li> <li>• zunehmende Vielfalt</li> <li>• Erwartungen von Rezipienten</li> </ul>

		<i>hergestellt werden können.</i>	
<i>Tzankoff, Michaela</i>	<i>Michaela Tzankoff. schreibt Medien entwicklungspolitische Funktionen zu, untersucht dabei den Einfluß auf die Öffentlichkeit und die Besitzverhältnisse</i>	<i>Die Bedeutung der Medien wird im demokratischen Prozeß so gesehen, daß sie die Voraussetzungen für die Partizipation der Bürger schaffen sollen, ein breites Spektrum an politischen Sichtweisen bieten, jedoch eine politische Einflußnahme dabei meiden</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akzeptanz der Freiräume für Medien durch medienpolitische Akteure</li> <li>• journalistische Ethik</li> <li>• Sensibilität der Öffentlichkeit</li> </ul>

### **8.1.2 Ansätze, Positionen und Erkenntnisse der Medienwissenschaften: eine Betrachtung von Innen**

Die Ansätze und Positionen der polnischen Sichtweise nehmen in der Diskussion zur Transformation der Medien in Polen eine ganz besondere Stellung ein. Die innere Perspektive erlaubt es, den Transformationsprozeß im Detail zu betrachten. Dabei spielt der kulturelle Hintergrund eine Rolle, der einen direkten Zugang zur Problematik und ein anderes Verständnis für die Zusammenhänge schafft. Nicht ganz unerheblich ist auch die Sichtweise der direkt betroffenen Akteure des Tageszeitungsmarktes auf den Transformationsprozeß. Die Kriterien bei der Auswahl polnischer medienwissenschaftlicher Positionen resultieren aus den Forschungsschwerpunkten der jeweiligen Autoren. Zusammenfassend läßt sich feststellen, daß sich alle Medienwissenschaftler, die in der Bestandsaufnahme berücksichtigt werden, mit dem Transformationsprozeß in den polnischen Medien auseinander gesetzt haben. Allgemein gibt es bei polnischen Publikationen eine größere Auswahl zum Thema der Transformation in den polnischen Medien, die auf die Nähe und den direkten Bezug zum Untersuchungsgegenstand zurückzuführen ist. Trotz dieser Tatsache werden in diesem Fall nur Autoren in der Bestandsaufnahme bevorzugt, die entweder den polnischen Tageszeitungsmarkt als Forschungsschwerpunkt gewählt, oder in Teilaspekten behandelt haben.

An erster Stelle kann man den Medienwissenschaftler Jakubowicz (1995 und 2003) nennen, der zahlreiche Publikationen zum Thema der Medientransformation in postkommunistischen Ländern veröffentlicht hat. In seinen Publikationen fasste er unterschiedliche Untersuchungsansätze zur Medientransformation zusammen. Dem

polnischen Sektor der Tagespresse und seinem Wandel widmete er sich vorwiegend in seinen Untersuchungen zum Presserecht (1995 und 1997) und journalistischen Standards (1992). So wird von Jakubowicz der gesetzliche und institutionelle Wandel als Voraussetzung für den landeseigenen Pfad der Transformation vorausgesetzt, während der Strukturwandel der Medienwirtschaft und journalistische Standards näher beleuchtet werden. Der zweitwichtigste Autor in der Bestandsaufnahme ist der Presseforscher und Tageszeitungsexperte Bajka, dessen Forschungsschwerpunkt die polnische Presselandschaft ist. Während der Medienwissenschaftler in seinen Untersuchungen die Struktur der Tagespresselandschaft nach dem Umbruch analysiert (2000a), sich mit dem Wandel des polnischen Journalismus auseinandersetzt (2000b), legt er seinen Schwerpunkt auf die Untersuchung des Wandels der Besitzverhältnisse in der polnischen Tagespresse und dort insbesondere auf das ausländische Kapital (1994, 1998, 1999).

Diesem Forschungsansatz schließen sich die Untersuchungen des Medienwissenschaftlers Filas (2005) an, wobei er in seinen Publikationen speziell auf den Wandel des Leseverhaltens und der Pressenutzung eingeht. (1999 und 2001). Einen ähnlichen Ansatz verfolgt in seinen Publikationen der Philologe und Medienwissenschaftler Pisarek (1998a, 1998b und 1999) wobei er ebenfalls auf die Veränderung der Lesegewohnheiten der polnischen Bevölkerung seit dem Umbruch eingeht.

Das Thema der polnischen Medienpolitik und ihrer Auswirkung auf die Transformation behandelt der Medienwissenschaftler Goban-Klas (1990, 1994, 1999), während sich die Juristin und Medienexpertin Dobosz hauptsächlich mit Veränderungen des rechtlichen Rahmens der Medienpolitik auseinandersetzt (1999). Ergänzt wird die Bestandsaufnahme polnischer Positionen mit Ansätzen der Journalistin und Medienwissenschaftlerin Kowol (1998 und 1999), die die Rolle der katholischen Kirche in der Transformation untersucht.

**Tabelle 12 Eine Bestandsaufnahme polnischer Positionen zur Transformation der Tagespresse**

<b>Autor</b>	<b>Ansatz</b>	<b>Position</b>	<b>Faktor</b>
<i>Bajka, Zbigniew</i>	<i>Der Presseforscher setzt sich hauptsächlich mit der Struktur der polnischen Tagespresse auseinander. In seinen Publikationen beschäftigt er sich primär mit Besitzverhältnissen in der Presse, dort insbesondere mit ausländischen Beteiligungen auf dem polnischen Pressemarkt</i>	<i>Das Gewicht ausländischer Beteiligungen auf dem Markt der Tagespresse wird für den Pluralismus in der Presse als nicht gerade förderlich angesehen, wobei insbesondere die Bedrohung für die innere Pressefreiheit betont wird</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Novellierung des Presserechts</li> <li>• Auflösung des RSW</li> <li>• Privatisierung</li> <li>• Wechsel der Besitzverhältnisse</li> <li>• Ausländische Investitionen</li> </ul>
<i>Dobosz, Izabela</i>	<i>Die Juristin und</i>	<i>Das Konzept der</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufhebung der</li> </ul>

	<i>Medienwissenschaftlerin beschäftigt sich vorwiegend mit dem Presserecht, zu dessen Entwicklung sie unter anderem beigetragen hat. Außerdem war sie mit einem Schwerpunkt auf die Journalistenethik an der Mitgestaltung der Mediencharta beteiligt</i>	<i>absoluten Medienfreiheit ist im polnischen Rechtssystem unbekannt, wobei die formale Pressefreiheit gesetzlich verankert ist</i>	<p>Zensur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verankerung der Pressefreiheit</li> <li>• Haftungspflicht von Journalisten</li> <li>• Journalistenethik</li> </ul>
<b>Filas, Ryszard</b>	<i>Die Publikationen des Medienwissenschaftlers thematisieren die Änderungen des Leseverhaltens und Rezeption von Tagespresse in der polnischen Bevölkerung, des Weiteren untersucht Filas die zunehmende Boulevardisierung der polnischen Tagespresse durch den Markteintritt von „Fakt“</i>	<i>Vor dem Hintergrund der zunehmenden Expansion lokaler Zeitungen, wird eine zunehmende Tendenz zur Regionalisierung des Tageszeitungsmarktes gesehen. Hält diese Tendenz an, werden einige schwächere landesweite Tageszeitungen vom Markt verdrängt, oder in regionale Zeitungen umgewandelt</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rationalisierung des Lesens</li> <li>• Ausländisches Kapital</li> </ul>
<b>Goban-Klas, Tomasz</b>	<i>Der Forschungsschwerpunkt liegt auf der Instrumentalisierung von Medien. In diesem Zusammenhang wird die Rolle der Informationspolitik beleuchtet und das Verhältnis des Staates zu Medien untersucht</i>	<i>Bei der polnischen Informationspolitik wird vor allem der mangelnde Transformationsplan bemängelt. Das polnische Medienmodell tendiert ungewollt zu der italienischen Variante, wobei die Vorbilder vor allem in den USA und Großbritannien liegen</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechtsakte</li> <li>• Auflösung der RSW</li> <li>• Verhältnis der Regierung zu Medien</li> <li>• Informationspolitik</li> <li>• Verhältnis der kath. Kirche zu Medien</li> </ul>
<b>Kowol, Ilza</b>	<i>Die Journalistin untersucht überwiegend die katholische</i>	<i>Die katholische Kirche spielt weiterhin im</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stellenwert der katholischen Tageszeitung, „Nasz</li> </ul>

	<p><i>Presse und deren Rolle in der polnischen Gesellschaft. Dabei wird der Einfluß der katholischen Kirche auf die objektive Berichterstattung und Wertevermittlung insbesondere analysiert</i></p>	<p><i>gesellschafts-politischen und kulturellen Leben des pluralistischen Polens eine Rolle. Allerdings herrscht in der Auffassung von demokratischen Werten in der Berichterstattung eine große Diskrepanz zwischen polnischen Intellektuellen und der katholischen Kirche</i></p>	<p>Dziennik“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einfluß der kath. Kirche auf die Berichterstattung</li> <li>• Einfluß der kath. Kirche auf die Wertevermittlung</li> </ul>
<p><i>Jakubowicz, Karol</i></p>	<p><i>Zahlreiche Publikation des Medienwissenschaftlers handeln von der Transformation polnischer Mediensysteme, wobei vor allem auf die Rechtslage eingegangen wird. Im Zusammenhang mit der Tagespresse wird der Wandel journalistischer Standards berücksichtigt</i></p>	<p><i>Die Beziehungen zwischen Massenmedien und dem sozialen Wandel werden als ein Zusammenspiel dreier Elemente betont: Soziale Strukturen, institutionelle Maßnahmen, Meinungsverteilung und Religion</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demonopolisierung</li> <li>• Privatisierung</li> <li>• Globalisierung</li> <li>• Politisches System und Pressefreiheit</li> <li>• Medienwirtschaft und Unabhängigkeit</li> <li>• Gesetz und Unabhängigkeit</li> <li>• Demokratisierung des Pressesystem</li> <li>• Journalistische Arbeit</li> </ul>
<p><i>Pisarek, Walery</i></p>	<p><i>Der Medienwissenschaftler befasst sich mit dem Wandel des Zeitungsangebotes auf dem polnischen Pressemarkt und den Veränderungen der Lesegewohnheiten</i></p>	<p><i>Als Schaufenster des Pressemarktes werden die Zeitungskioske gesehen, da in Polen das Abonnement kaum eine Rolle spielt. Der polnische Tagespressemarkt wird immer noch in der Entwicklungsphase gesehen</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitungsangebot</li> <li>• Vertriebszahlen</li> <li>• Veränderte Lesegewohnheiten</li> </ul>

### **8.1.3 Erörterung der Unterschiede und Gemeinsamkeiten polnischer und westlicher Untersuchungen**

Die Untersuchungen, Aussagen und Sichtweisen westlicher Positionen zum Transformationsprozeß des Tageszeitungsmarktes in Polen unterscheiden sich in mancherlei Hinsicht von polnischen Sichtweisen der Medienwissenschaften. Zu beachten ist die Perspektive von Außen, mit der auf die Problematik eingegangen wird. Zudem spielen außenpolitische Interessen und marktwirtschaftliche Ziele, welche sich aus der EU-Osterweiterung, Globalisierung und der damit einhergehenden Liberalisierung der Märkte ergeben eine Rolle. Die Analyse westlicher medienwissenschaftlicher Positionen macht es einfach, Faktoren aufzuschlüsseln, welche von Außen auf den Transformationsprozeß einwirken, da die Perspektive der westlichen Akteure zugänglich gemacht und ihre Strategien aufgezeigt werden. So werden z. B. die Interessen westlicher Investoren auf dem polnischen Markt der tagesaktuellen Presse deutlich und äußere Rahmenbedingungen aufgezeigt, die eine EU- bzw. eine internationale Integration polnischer Medien regelt.

Untersuchungen polnischer Medienwissenschaftler sind aufgrund der kulturellen Verbundenheit und der Nähe zum Untersuchungsgegenstand nicht nur zahlreicher vorhanden, sie bieten auch einen Einblick in die spezielle Problematik des Wandels des Tageszeitungsmarktes. Die Möglichkeiten der polnischen Untersuchungen liegen mehr im Detail, weil die Spezialisierung der Autoren in ihren Disziplinen, wie z. B. der Presseforschung es erlaubt, nur einen oder zwei Aspekte der Transformation zu untersuchen, aber dafür mehr in die Tiefe einzutauchen. Die Kenntnis des historischen Hintergrundes der Instrumentalisierung der Presse, das Miterleben und teilweise Mitgestalten des Umbruchs in Polen ist in diesem Fall nicht unerheblich für die Positionen und Ansätze der Analysen. Wie es auch bei westlichen Positionen der Fall war, bekommt man durch die polnischen Sichtweisen einen Einblick auf Einflußfaktoren, die auf die Transformation von Innen einwirken.

Grundsätzlich kann man bei beiden Positionen feststellen, daß die Einflußfaktoren medienpolitischer, ökonomischer und kultureller Natur sind. So werden bei beiden Positionen Faktoren herausgebildet, die deckungsgleich sind und als historische Fakten eine feste Position im Verlauf der Transformation einnehmen. Zusammenfassend läßt sich jedoch sagen, daß westliche Positionen und Ansätze, trotz der Berücksichtigung der politischen, ökonomischen und kulturellen Rahmenbedingungen, einen umfassenderen Überblick über die Medientransformation in Polen bieten. Das liegt unter anderem daran, daß es in der deutsch- und englischsprachigen Literatur an Untersuchungen zu speziellen Segmenten des Mediensystems in Polen mangelt. Andererseits spielt der Blick von Außen eine wichtige Rolle für die ganzheitliche Betrachtung des Transformationsprozesses. Die polnischen Ansätze erlauben dagegen den Tageszeitungsmarkt und seinen Wandel im Detail zu betrachten.

## 8.2 Kategorienschemata der Einflußfaktoren polnischer und westlicher Sichtweisen zur Transformation der polnischen Tagespresse

Als Einflußfaktoren werden historische Ereignisse, politische Entscheidungen, Gesetzesverabschiedungen, Tendenzen in Statistiken und andere Einflüsse die den Transformationsprozeß prägten verstanden. In anderen Worten, alle Ereignisse medienpolitischer, ökonomischer und kultureller Art die einen Rahmen für den Wandel der Tagespresse bilden, gelten als Einflußfaktoren. Diese werden wiederum aus den Positionen wissenschaftlicher Untersuchungen zum Thema abgeleitet. Um die Faktoren zeitlich einzuordnen, orientiert sich das Kategorienschema an dem Übergangsmodell des Politologen Wolfgang Merkel, welches im Kapitel 1.2.3 diskutiert wurde, wobei folgende Begriffe in „Phasen“ unmodifiziert wurden:

- Ende des autokratischen Regimes -> Die Umbruchsphase
- Institutionalisierung der Demokratie -> Die Orientierungsphase
- Konsolidierung der Demokratie -> Die Konsolidierungsphase

### 8.2.1 Die Isolation der Einflußfaktoren auf die Transformation der polnischen Tagespresse aus der Sicht von Außen

Aus dem Vergleich der wissenschaftlichen Positionen im Kapitel 8.1.3 wird deutlich, das westliche Untersuchungen einem umfassenderen Überblick über die Transformation bieten als polnische Sichtweisen. Diese Tatsache wirkt sich auf die Faktoren aus, die daraus hervorgehen. In ihren Untersuchungen gehen westliche Medienwissenschaftler, ebenso wie ihre polnischen Kollegen sowohl auf die inneren, als auf die äußeren Einflußfaktoren ein. Die Stärke der westlichen Positionen erweist sich in der Außenperspektive, die sie einnehmen und die es möglich machen, anhand dieser Faktoren die äußeren Einflüsse aufzuschlüsseln.

Die folgende Tabelle bietet einen Überblick über die Einflußfaktoren aus der westlichen Sicht:

**Tabelle 13 Kategorienschema der Einflußfaktoren auf die einzelnen Phasen der Transformation aus der äußeren Perspektive**

<b><i>Transformationsphase</i></b>	<b><i>Medienpolitische Einflüsse</i></b>	<b><i>Ökonomische Einflüsse</i></b>	<b><i>Kulturelle Einflüsse</i></b>
<i>Die Umbruchsphase (1989)</i>	<i>Rechtsstaatliche Verhältnisse</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verhandlungen am „Runden Tisch“</li> </ul>		<i>zunehmende Vielfalt</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gründung der „Gazeta Wyborcza“</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regelung des rechtlichen Rahmens</li> </ul>		
<i>Die Orientierungsphase (1990-1997)</i>	<p><b>Rechtsstaatliche Verhältnisse</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gründung der Liquidierungskommission</li> <li>• Formale Abschaffung der Zensur</li> <li>• Garantie der Pressefreiheit</li> </ul>	<p><b>Privatisierung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflösung der RSW</li> </ul> <p><b>kommerzieller Einfluß</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Europäische Investitionen</li> </ul> <p><b>Interessen der Akteure auf</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erschließung neuer Märkte</li> </ul>	<p><b>Medienvielfalt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Erscheinen neuer Titel</li> <li>• Immer größer werdendes Angebot</li> </ul> <p><b>harter Wettbewerb um Elitezugänge</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Immer jüngere Journalisten</li> <li>• Kurzfristige Arbeitsverträge</li> </ul> <p><b>Änderungen der Kommunikationsstile</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neuer Schreibstil in der Berichterstattung</li> <li>• Zunehmende Boulevardisierung der Berichte</li> </ul>
<i>Die Konsolidierungsphase (1997-2006)</i>	<p><b>EU-Integration</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schaffen eines Rahmens für den EU-Beitritt</li> </ul> <p><b>Internationale Integration</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Westliche Modelle</li> </ul> <p><b>Akzeptanz der Freiräume für Medien durch politische Akteure</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Versuche der Einschränkung</li> </ul>	<p><b>deutsche Investitionen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investitionen der Passauer Neuen Presse</li> <li>• Investitionen von Axel Springer</li> </ul> <p><b>Wettbewerb auf dem Pressemarkt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markteinführung der Fakt</li> <li>• Markteinführung des Dziennik</li> </ul> <p><b>Dominanz ausländischer</b></p>	<p><b>Sensibilität der Öffentlichkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Senkung der Lesezahlen</li> <li>• Bevorzugung der Boulevardpresse</li> </ul> <p><b>journalistische Ethik</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Journalistische Standards</li> <li>• Investigativer Journalismus</li> </ul> <p><b>internationale Medienkultur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internationale Standards</li> </ul>

	der Pressefreiheit <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lustrationsgesetz</li> </ul>	<b>Verlage</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regionalmarkt: <i>P</i> <i>assauer Neue</i> <i>Presse</i> und <i>Orkla</i> <i>Media</i></li> <li>• Auflagestärke und Reichweite: <i>Axel Springer</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formate an „westliche Vorbilder“ angelehnt</li> </ul>
--	---	---	--

### 8.2.2 Die Isolation der Einflußfaktoren auf die Transformation der polnischen Tagespresse aus der polnischen Perspektive

In polnischen Untersuchungen werden Ansätze zu einzelnen Aspekten der Transformation des Tageszeitungsmarktes deutlich. Diese detaillierten Positionen, und die daraus hervorgehenden Einflußfaktoren bilden zusammenhängend betrachtet ein ganzheitliches Bild der Transformation. Obwohl bei polnischen Positionen die inneren und äußeren Einflüsse miteinbezogen werden, wird deutlich, daß dieses Abbild der Transformation Möglichkeiten bietet, die inneren Einflüsse daraus zu erschließen.

**Tabelle 14 Kategorienschema der Einflußfaktoren auf die einzelnen Phasen der Transformation aus der polnischen Perspektive**

<b>Transformationsphase</b>	<b>Medienpolitische Einflüsse</b>	<b>Ökonomische Einflüsse</b>	<b>Kulturelle Einflüsse</b>
<i>Die Umbruchhase (1989)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verhandlungen am „Runden Tisch“</li> <li>• Streben nach einer Demokratie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mangel an Kapital</li> <li>• Der Wunsch nach Innovationen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gründung der „Gazeta Wyborcza“</li> <li>• Streben nach „Freier Presse“</li> </ul>
<i>Die Orientierungsphase (1990-1997)</i>	<b>Gesetliche Ebene</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Novellierung des Presserechts</li> <li>• Auflösung des <i>RSW</i></li> <li>• Aufhebung der Zensur</li> <li>• Verankerung der Pressefreiheit</li> <li>• Haftungspflicht von Journalisten</li> </ul>	<b>Privatisierung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wechsel der Besitzverhältnisse</li> <li>• Ausländische Investitionen</li> <li>• Hoffnung auf technische Innovationen</li> <li>• Streben nach westlichen</li> </ul>	<b>Rationalisierung des Lesens</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mißtrauen gegenüber neuen Titeln</li> <li>• Verarmung der Bevölkerung</li> <li>• Frage der Glaubwürdigkeit (kommunistische Vergangenheit)</li> </ul>

	<p><b>Verhältnis der Regierung zu Medien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wiedererlangung von Kontrolle über Medien</li> <li>• Regierungseigene Medien</li> <li>• Informationspolitik</li> <li>• Fehlen von einem Transformationsplan</li> <li>• Fehlen von Fachbegriffen</li> <li>• Mißverständnisse des Begriffes von Informationspolitik</li> <li>• Sanierung der Informationspolitik</li> </ul> <p><b>Verhältnis der kath. Kirche zu Medien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mangel an Rationalismus</li> </ul>	<p>Standards</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Axel Springer</li> <li>• Passauer Neue Presse</li> <li>• Fakt als Marktführer</li> <li>• Verdrängung der polnischen Tageszeitungen vom Markt</li> <li>• Demonopolisierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermehrte Fernsehnutzung</li> <li>• Zeitungsangebot</li> <li>• Vertriebszahlen</li> <li>• Veränderte Lesegewohnheiten</li> </ul> <p><b>Verhältnis der kath. Kirche zu Medien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stellenwert des Katholischen „Nasz Dziennik“</li> <li>• Einfluß der kath. Kirche auf die Berichterstattung</li> <li>• Einfluß der kath. Kirche auf die Wertevermittlung</li> </ul>
<p><i>Die Konsolidierungsphase (1997-2006)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Globalisierung</li> <li>• Politisches System und Pressefreiheit</li> <li>• Gesetz und Unabhängigkeit</li> <li>• Demokratisierung des Pressesystems</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medienwirtschaft und Unabhängigkeit</li> </ul>	<p><b>Journalistische Arbeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Journalistenethik</li> </ul>

### 8.2.3 Erörterung der Unterschiede und Gemeinsamkeiten polnischer und westlicher Sichtweisen

Bei der Analyse der vorliegenden Einflußfaktoren beider Positionen fallen zunächst die Gemeinsamkeiten im Bezug auf die historischen Faktoren auf. Sowohl bei der westlichen als auch in der polnischen Sichtweise werden in der Umbruchphase Ereignisse wie die

Verhandlungen am „Runden Tisch“ und die darauf folgende Gründung der *Gazeta Wyborcza* als erste Etappe der Transformation hervorgehoben.

In der medienpolitischen Hinsicht wird die Regulierung und der Wandel der Gesetzeslage als eine wichtige Etappe gesehen, wobei bei westlichen Positionen Ereignisse wie die Gründung der Liquidierungskommission, formale Abschaffung der Zensur und die Garantie der Pressefreiheit als Hauptfaktoren genannt werden. Bei polnischen Positionen werden diese Faktoren zwar auch berücksichtigt, jedoch spielt der damit verbundene neu geschaffene Rahmen für die journalistische Arbeit eine stärker ausdifferenzierte Rolle. Ebenfalls wird das Verhältnis der Regierung zu Medien näher beleuchtet, indem die Mängel der Informationspolitik und Versuche der politischen Einflußnahme auf die Berichterstattung hervorgehoben werden. In diesem Zusammenhang wird auch die Rolle der katholischen Kirche erwähnt, welche in westlichen Untersuchungen nicht berücksichtigt wird. In der Konsolidierungsphase erkennt man Aspekte der Globalisierung und Ziele der Demokratisierung.

Die medienökonomische Ebene bietet im Vergleich aufschlußreiche Ansätze, die die Interessen der jeweiligen Akteure widerspiegeln. Bei beiden Positionen werden Aspekte der Privatisierung als eine elementare Stufe der Transformation in den Vordergrund gestellt. So wird in der westlichen Sichtweise in der Orientierungsphase die Auflösung der RSW, danach die Investitionen der europäischen Verleger und schließlich die Erschließung neuer Märkte als Einflußfaktoren genannt. In der Konsolidierungsphase werden ebenso wie in der polnischen Sichtweise Verlage wie die *Passauer Neue Presse* und der *Axel Springer Verlag* als Faktoren der Dominanz auf dem Pressemarkt genannt. Das Ganze wird mit dem Begleitumstand des verstärkten Wettbewerbs unterstrichen.

Zu Aspekten der Privatisierung bieten polnische Positionen eine eigene Sichtweise. Zunächst werden dabei Aspekte des Kapitalmangels und Streben nach Innovationen in der Umbruchsphase genannt. Der Wechsel der Besitzverhältnisse, welcher in erster Linie mit Investitionen ausländischen Kapitals zusammenhing, wird mit Skepsis betrachtet. In dem Fall werden die oben erwähnten deutschen Verlage als Marktführer des Tageszeitungsmarktes hervorgehoben, die eine Verdrängung der landeseigenen Blätter durch den starken Wettbewerb herbeiführten. In der Konsolidierungsphase wird schließlich durch starke Monopolbildung ausländischer Verlage die redaktionelle Unabhängigkeit in Gefahr gesehen.

Auf der kulturellen Ebene werden ebenfalls Faktoren von beiden Positionen genannt, die deckungsgleich sind. So wird bei beiden der Aspekt der Öffentlichkeit in den Vordergrund gesetzt, indem die Rationalisierung des Lesens von Tageszeitungen als Einflußfaktor der die Nachfrage bestimmt, erwähnt wird. Bei der westlichen Sichtweise werden Gründe der Senkung der Lesezahlen und zunehmende Boulevardisierung deutlich, bei polnischen dagegen werden die Gründe für das Abschwächen der Lesezahlen im Detail genannt. So wird dabei deutlich, daß auch soziale Aspekte wie die Verarmung der Bevölkerung und das Mißtrauen gegenüber neuen Titeln als Faktoren für die Rationalisierung des Lesens in Betracht gezogen werden.

Der Aspekt der journalistischen Standards und somit der Beachtung ethischer Grundsätze ist bei beiden Positionen ausschlaggebend für demokratische Rahmenbedingungen journalistischer Arbeit. Dabei wird in westlichen Untersuchungen die Orientierung an westlichen Modellen mit Vorbildfunktion betont. Stark wird die Rolle des investigativen Journalismus und der Rahmenbedingungen für diesen in den Vordergrund gestellt.

In polnischen Untersuchungen wird der Aspekt der ethischen Grundsätze ebenfalls diskutiert, wobei auf den investigativen Journalismus nicht weiter eingegangen wird. Zusätzlich wird bei der journalistischen Arbeit die Rolle der katholischen Kirche betont, die sich sowohl ansatzweise auf das Verständnis der Journalistenethik, als auch auf die Meinungsbildung in der polnischen Bevölkerung auswirkt.

Zusammenfassend betrachtet, erkennt man bei der Auswahl der Einflußfaktoren, daß die westliche Sichtweise den Transformationsprozeß aus der Distanz analysiert, ohne direkt betroffen zu sein. Dabei wird die eigene Auffassung von demokratischen Werten und westlichen Mediensystemmodellen deutlich. Daraus lassen sich einerseits Aspekte äußerer Einflüsse und andererseits eine umfassendere Betrachtungsweise zum Transformationsprozeß der polnischen Tagespresse ableiten.

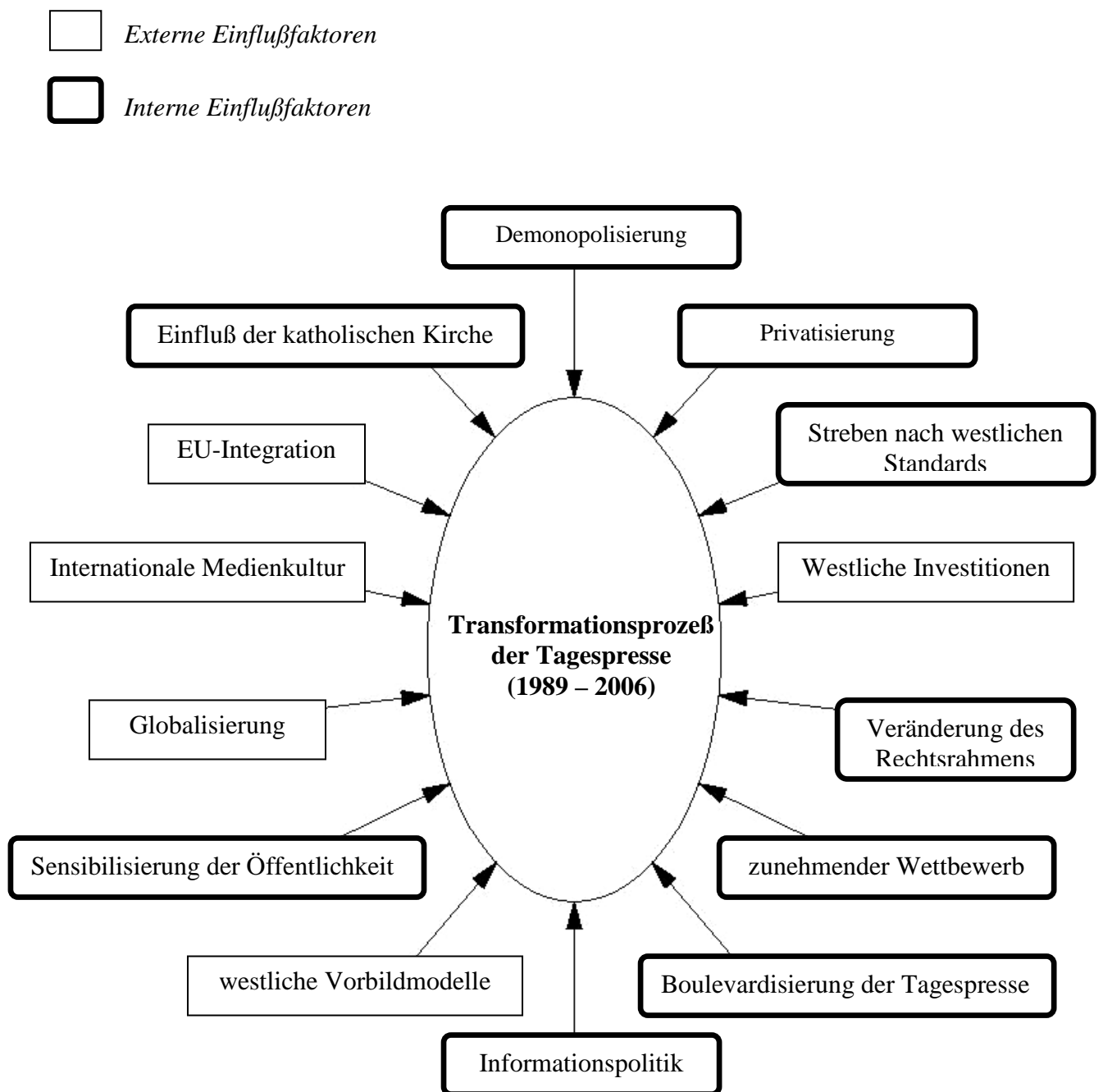
Bei der polnischen Betrachtungsweise fällt aus, daß die Auswahl der Faktoren sehr stark von sozialen Aspekten abhängt. Diese Sichtweise wird durch die kulturelle Identität der Wissenschaftler geprägt, die unter anderen einen Teil der polnischen Gesellschaft während der Transformation repräsentieren und die eine differenzierte Betrachtung zu dieser darlegen. Allgemein läßt sich bei dieser Perspektive einerseits das Streben nach westlichen Wertevorstellungen erkennen, andererseits eine gewisse Skepsis gegenüber westlichen Einflüssen und dadurch die kritische Distanz zu diesen festmachen.

Grundsätzlich kann man bei der Analyse beider Positionen feststellen, daß die westliche Sichtweise mit der umfassenden Betrachtung die Frage „Wie das ist“ beantwortet, während die polnische diese Frage durch die differenzierte Sichtweise mit „Warum das so ist“ ergänzt.

### 8.3. Der Einfluß externer und interner Faktoren auf den Transformationsprozeß

Als externe Einflußfaktoren werden Aspekte angesehen, welche sich aus Positionen westlicher medienwissenschaftlicher Untersuchungen ergeben und auf den Transformationsprozeß von Außen einwirken. Interne Einflußfaktoren bezeichnen dagegen Einflüsse aus dem Landesinneren die den Prozeß beeinflussen.

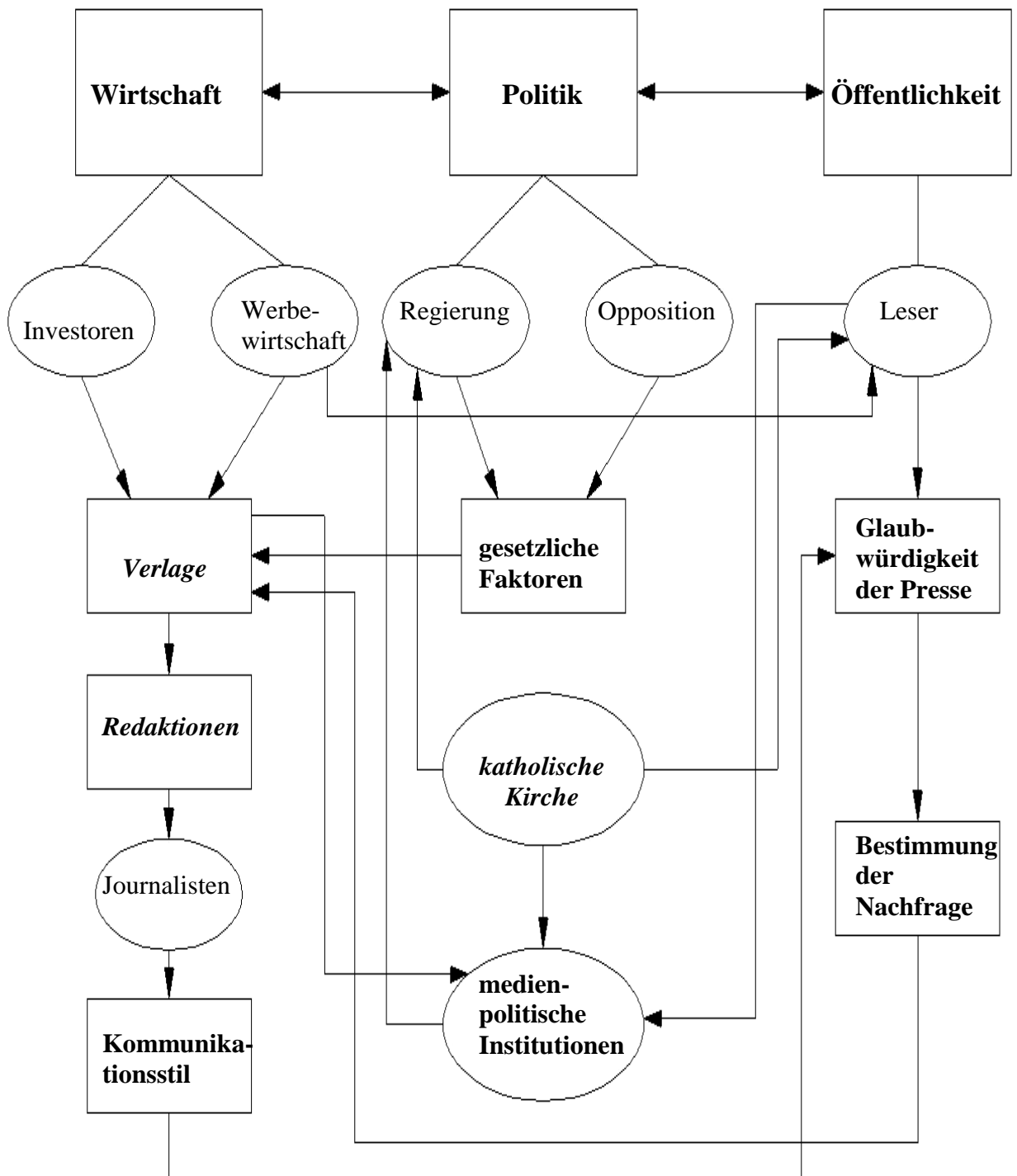
**Abbildung 5** Das Modell interner und externer Einflußfaktoren auf die polnische Tagespresselandschaft



## 8.4. Das Beziehungsgeflecht der Akteure des polnischen Tageszeitungsmarktes

Einflüsse, die auf den Transformationsprozeß extern und intern einwirken, hängen von den Interessen und Zielen der beteiligten Akteure ab. Die Akteure des polnischen Tagespressemarktes setzen wiederum ihre Ziele durch Handlungsschemata um, die dann zu Einflußfaktoren werden und so die Transformation in eine bestimmte Richtung lenken.

Abbildung 6 Beziehungen der Akteure des polnischen Tagespressemarktes



## Fazit

Die ganzheitliche Betrachtung des Transformationsprozesses der Tagespresse erfordert eine differenzierte Untersuchung des äußeren Rahmens, der einerseits selber diesem Wandel unterliegt und andererseits die strukturellen Veränderungen des Tagespressesektors beeinflusst. Um die Veränderungen der polnischen Tagespresse zu veranschaulichen, wird in der Diplomarbeit auf die Rahmenbedingungen der Transformation ausführlich eingegangen und die medienpolitischen, ökonomischen und sozialen Aspekte dabei berücksichtigt. Ein umfassenderes Bild der Transformation in diesem Sektor erhält man durch das Einbeziehen des historischen Kontextes. Der Vergleich mit der gegenwärtigen Tageszeitungslandschaft verdeutlicht somit Kausalitäten des Überganges seit dem Umbruch im Jahre 1989. In diesem Zusammenhang wird in der Diplomarbeit sich auf Untersuchungen westlicher und polnischer Medienwissenschaftler gestützt, um deren Ansätze und Positionen zu isolieren und miteinander zu vergleichen um die Unterschiede der Betrachtungsweisen festzumachen.

Den politischen Umbruch im Jahre 1989 bezeichnet man in der Fachdiskussion als ausgehandelten Systemwechsel, der sich durch die Verhandlungen der kommunistischen Regierung und der damaligen Opposition am „Runden Tisch“ auszeichnet. Diese Verhandlungen führten zu gemeinsamen Beschlüssen, die als erste Etappen der Transformation gelten. Einer dieser Beschlüsse war die Auflösung des *RSW* Pressekonzerns, welche von der Motivation geprägt war, die monopolistischen Strukturen aufzulösen und eine neue pluralistische Presselandschaft in Polen zu schaffen.

Die Phase der Privatisierung, die der Auflösung der monopolistischen Strukturen in der Presselandschaft folgte, wurde durch viele Kontroversen in der polnischen Öffentlichkeit begleitet. Der Wechsel der Besitzverhältnisse ehemaliger *RSW* Publikationen brachte einen starken Strukturwandel in der polnischen Tagespresselandschaft mit sich. Obwohl zunächst polnische Investoren sich an der Übernahme der ehemaligen Publikationen beteiligten, nutzten diese Chance vor allem westliche Verleger, die überwiegend Anteile an polnischen Publikationen erwarben und später neue Angebote einführten. Dabei spielte der Kapitalmangel, Sanierungs- und Innovationsbedarf fast aller *RSW* Publikationen eine nicht ganz unerhebliche Rolle. Der Mangel jeglicher rechtlicher Beschränkungen in dieser Hinsicht, ermöglichte somit westlichen Investoren eine schrittweise Eroberung des polnischen Tagespressemarktes.

Diese neue Situation führte zu einem verstärkten Wettbewerb auf dem Markt der tagesaktuellen Presse, der besonders für polnische Verlage mit einer großen Herausforderung verbunden war. Das führte dazu, daß die Verlage neue Strategien einschlagen mußten, um in der neuen Situation zu überleben. Viele alte Titel sind damals vom Markt verschwunden, ein paar konnten sich jedoch behaupten. Im Bereich der regionalen Tagespresse konnten sich fast alle Titel durchsetzen. Das war einerseits der Lesertreue und andererseits dem Modernisierungsschub zu verdanken, der hauptsächlich von Seiten der neuen Besitzer unterstützt wurde. Zu den auflagestärksten überregionalen



Blättern gehörte die im Jahre 1989 gegründete, liberale *Gazeta Wyborcza*, dicht gefolgt von der konservativen *Rzeczpospolita*. Die marktführende Position der beiden Titel wurde jedoch mit der zunehmenden Einführung von Boulevardblättern wie *Super Express* und insbesondere der Boulevardzeitung *Fakt*, einem *Springer* Produkt im Jahre 2004 zunehmend in Frage gestellt.

In medienpolitischer Hinsicht gab es zunächst keine Regulierungen, was dazu führte, daß sich die polnische Tagespresse ohne jegliche Beschränkungen entwickeln konnte. Der Mangel eines Transformationsplanes und eine inkonsequente Informationspolitik, machte die Tagespresse zu einem profanen Wirtschaftsgut, das den Kräften des freien Marktes unterlag. Der gesetzliche Rahmen konnte sich stufenweise in den folgenden Jahren entwickeln. In diesem Zusammenhang wurde das Presserecht novelliert und die Pressefreiheit in der Verfassung verankert, wobei das erst im Jahre 1997 durchgeführt werden konnte. Dabei wurden vor allem fehlende Rechtsakte bezüglich der Regelungen ausländischer Investitionen in den polnischen Tagespressemarkt bemängelt. Neben Regulierungen des gesetzlichen Rahmens, wurde die Arbeit alter Journalistenverbände wieder aufgenommen und neue Institutionen gegründet. Damit sollten einerseits Lücken in der Gesetzgebung gefüllt und andererseits die Interessen der Akteure des Tagespressemarktes vertreten werden. Ein besonderes Merkmal der polnischen Medienpolitik stellen die versuchten Einflußnahmen der Regierung auf die Berichterstattung dar. Im Gegensatz zu den polnischen Rundfunk und AV-Medien ist die Tagespresse durch die weitgehende Privatisierung nicht in so hohem Maße von der politischen Einflußnahme betroffen. Es gibt jedoch meinungsbildende Blätter, welche die politische Linie der Regierung unterstützen und sich mit Blättern, die eine oppositionelle Meinung vertreten einen offenen Disput liefern.

Auf der ökonomischen Ebene unterlag die polnische Tagespresse den größten Veränderungen. Der Wandel der Tagespresse wäre ohne die dynamische Entwicklung des Werbemarktes nicht denkbar gewesen. Diese starke Entwicklung des Werbemarktes war auf die positive Wirtschaftsentwicklung in Polen zurückzuführen und einem interessanten Absatzmarkt, der den Konsumenten neue Möglichkeiten aufzeigte und die Nachfrage steigen ließ. Ein weiteres Merkmal, das die Entwicklung der Tagespresse maßgeblich beeinflusste, sind die Investitionen westlicher Verleger in den Tagespressemarkt. Die Tatsache, daß der Markt der regionalen Tagespresse zu über 50% in Händen der *Passauer Neuen Presse* und zu 49% den norwegischen *Orkla Media* Verlag gehört, sowie die Dominanz der neuen Produkte des *Springer* Verlages auf dem Markt der überregionalen Presse, löst bezüglich der Besitzverhältnisse von meinungsbildenden Blättern kontroverse Diskussionen aus. Einerseits werden damit verbundene gesellschaftliche Folgen dieser Entwicklung befürchtet, andererseits der Medienpluralismus durch die hohe Konzentration der Verlage in Gefahr gesehen.

Die Änderungen der gesellschaftlichen Aspekte der Transformation kann man an den Wandel der Lesegewohnheiten der polnischen Bevölkerung festmachen. Die Gründe für die Veränderung der Lesemuster lagen in dem grundsätzlichen Wandel des Tageszeitungsangebotes und gesellschaftlichen Veränderungen. Als weitere Faktoren für die Rationalisierung des Lesens werden die zunehmende Fernseh – und Internetnutzung und der Verlust der Glaubwürdigkeit der Tagespresse gesehen, der mit der Politikverdrossenheit der polnischen Bevölkerung zusammenhing. Ein anderer Aspekt, der diesen Prozeß unterstützte war der veränderte Kommunikationsstil durch den sich die Berichterstattung seit dem Umbruch auszeichnete. Mit der Änderung des Kommunikationsstiles war ein Wandel der journalistischen Kultur verbunden. Dieser zeichnete sich zunächst durch einen Wechsel der Chefredakteursposten der ehemaligen RSW Redaktionen ab. Zudem wurden die Medien und somit Tageszeitungen für viele junge Leute zu einem interessanten Arbeitsplatz. Nachdem ältere Journalisten von hoher Arbeitslosigkeit betroffen waren und die Berichterstattung von immer jüngeren Teams beeinflußt wurde, kam es zu einem Generationskonflikt zwischen den beiden Journalistengruppen. Der älteren Generation wurde eine zu parteiliche Linie der Berichterstattung vorgeworfen, die auf ihre kommunistische Vergangenheit zurückzuführen war. Den jüngeren dagegen, eine mangelnde Ausbildung und Mißachtung der Journalistenethik. In der zusammenfassenden Betrachtung wird deutlich, daß der polnische Journalismus immer noch von Generationskonflikten betroffen ist, die sich gegenwärtig in der Lustrationsdebatte widerspiegeln, Mängel der Ausbildungsstandards des Berufs und dem Problem der Schleichwerbung. Darüber hinaus spielt die zunehmende Boulevardisierung auf die Berichterstattung eine bedeutende Rolle, der sich Journalisten nur schwer entziehen können.

Im Rahmen der Transformationsdebatte der polnischen Tagespresse wird in der Diplomarbeit deutlich, daß sich zwei Leitvorstellungen der Medienwissenschaften unterscheiden lassen. Dieses Faktum ist zwar auf das gesamte Mediensystem bezogen weitgehend bekannt, wurde jedoch bisher nicht in diesem Umfang untersucht. Durch die Isolierung der Einflußfaktoren, die sich aus den Positionen der wissenschaftlichen Untersuchungen ergeben, werden insbesondere Unterschiede betont, die medienpolitische, ökonomische und soziale Aspekte der Transformation betreffen.

Westliche Positionen rücken bei den medienpolitischen Rahmenbedingungen die formalen Aspekte in den Vordergrund, während die polnische diese weitaus mehr differenzieren. Im Gegensatz zu der westlichen Sichtweise, betont die polnische zusätzlich die Rolle der katholischen Kirche bei der Gestaltung der Medienpolitik.

Die ökonomische Ebene wird sowohl in westlichen, als auch in polnischen Untersuchungen kritisch und ausführlich diskutiert. Bei westlichen Analysen werden neben den historischen Fakten, Rahmenbedingungen für den Markteintritt westlicher Verlage verdeutlicht und die Strategien der beteiligten Akteure aufgezeigt. Polnische Sichtweisen rücken dagegen Faktoren in den Vordergrund, die soziale Aspekte bezüglich westlicher Investitionen berücksichtigen und Befürchtungen und Hoffnungen dieser Entwicklung hervorheben.

Bei den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen werden Aspekte der Leser und deren Nutzungsverhalten als Einflußfaktor für die Nachfrage des Angebots von beiden Seiten ernstgenommen. Für die journalistische Arbeit wird die Beachtung ethischer Grundsätze ebenfalls in einem Konsens gesehen, wobei bei westlichen Sichtweisen die westlichen Standards als Grundlage genannt werden und bei polnischen die sozialen und kulturellen Bedingungen mit einfließen.

Grundsätzlich bieten westliche Untersuchungen einen grob umfassenden Blick über den Transformationsprozeß, wobei der Sektor der Tagespresse nur in Teilaspekten behandelt wurde. Bei der westlichen Sichtweise werden sowohl westliche Ideale zugrunde gelegt als auch westliche Standards als Grundlage der Demokratisierung des Pressesystems vorausgesetzt.

Polnische Untersuchungen sind sehr stark an den sozialen Aspekten der Transformation ausgerichtet, was sich durch den kulturellen Kontext der Wissenschaftler bemerkbar macht. Diese Sichtweise erlaubt den Prozeß von Innen zu betrachten, wobei eine kritische Distanz zu westlichen Einflüssen deutlich wird. Beide Sichtweisen erlauben einen Einblick in die Strategien und Interessen der Akteure des Tagespressemarktes und ihren Beziehungen zueinander. Somit wird deutlich, daß die Einflußfaktoren des Transformationsprozesses hauptsächlich von den Interessen der beteiligten Akteure abhängen. Insofern sind die Belange und Ziele der involvierten Akteure als der Hauptantrieb der Transformation anzusehen.

Die Frage ob die polnische Tagespresse als Propagandainstrument den Übergang zu einer freien bzw. demokratischen Presse geschafft hat, kann an dieser Stelle beantwortet werden. Auf der einen Seite gilt Polens Demokratie als konsolidiert, die Presselandschaft ist durch die weitgehende Privatisierung vom Staat unabhängig und die Pressefreiheit in der polnischen Verfassung verankert. Obwohl diese Aspekte immer noch gewissen Einschränkungen unterliegen, wurde das Ziel der Pluralisierung der polnischen Presse im Großen und Ganzen erreicht. Auf der anderen Seite herrscht eine große Konzentration auf dem Tagespressemarkt in der westliche Verleger eine dominante Stellung einnehmen und dadurch die innere Pressefreiheit in Gefahr gesehen wird. Es sind jedoch nicht nur westliche Verlage, die den Aspekt der Pressefreiheit einschränken, auch politische Interessen und Belange der katholischen Kirche sind immer noch an der Einflußnahme auf die tägliche Berichterstattung und Meinungsbildung beteiligt. Der starke Einfluß verschiedener Interessensgruppen auf den polnischen Tageszeitungsmarkt verdeutlicht, daß der Zustand einer „Freien Presse“ gegenwärtig noch nicht erreicht wurde. Die Bestrebungen des Aufbaus einer pluralistischen Presselandschaft und der damit verbundenen Zielen der Pressefreiheit zeigen jedoch auf, daß der Weg zur einer „freien Presse“ bereits eingeschlagen wurde.

Die vorliegende Untersuchung kann als Anstoß gesehen werden, bei zukünftigen Untersuchungen zur Transformation postkommunistischer Mediensysteme eine stärkere Zusammenarbeit westlicher und Wissenschaftler aus postkommunistischen Ländern anzustreben. Der Austausch unterschiedlicher wissenschaftlicher Traditionen kann für

beide Seiten eine Bereicherung sein, die einerseits zur größeren Objektivität führt und von der man andererseits gegenseitig lernen kann.

## Literaturverzeichnis

### **BABEROWSKA/BREUNIG 2000**

BABEROWSKA, Magdalena ; BREUNIG Viola: *Fallstudie: Werbung in Deutschland und Polen* <[http://viadrina.eu-v-frankfurt-o.de/~sk/SS00/ik\\_werbung/polen.html](http://viadrina.eu-v-frankfurt-o.de/~sk/SS00/ik_werbung/polen.html)> [Stand 13.05.2007]

### **BAJKA 1994**

BAJKA, Zbigniew: Kapital zagraniczny w polskich mediach. In: *Zeszyty Prasoznawcze* 1-2(1994), S. 5-22

### **BAJKA 1998**

BAJKA, Zbigniew: Kapital zagraniczny w polskiej prasie – lata dziewięćdziesiąte. In: *Zeszyty Prasoznawcze* 1-2 (1998), S. 21-35

### **BAJKA 1999**

BAJKA, Zbigniew: Ausländisches Kapital in der polnischen Presse. In: Kopper, Gerd G. ; Rutkiewicz, Ignacy ; Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin : Vistas,1999, S. 83-100

### **BAJKA 2000a**

BAJKA, Zbigniew: Dziennikarze lat dziewięćdziesiątych. In: *Zeszyty Prasoznawcze* 3-4(2000), S. 42-63

### **BAJKA 2000b**

BAJKA, Zbigniew: Prasa codzienna w Polsce pod koniec lat 90. In: *Zeszyty Prasoznawcze* 3-4 (2000), S. 136-148

### **BALCEROWICZ 1995**

BALCEROWICZ, Leszek: *Socialism, capitalism, transformation*. Budapest: Central European Univ. Press, 1995. - ISBN 1-85866-025-4

### **BALDING 2004**

BALDING, Timothy: Aussage im Artikel: *Gefahr für die Pressefreiheit in Polen* <<http://www.wan-press.org/article416.html>> [Stand 12.06.2007]

### **BARANOWSKI 2007**

BARANOWSKI, Roch: Über die Rolle der Axel Springer AG in der Transformation der polnischen Printmedien nach der national-konservativen Machtübernahme. "In den Krieg gegen Gazeta Wyborcza..." In: *Telepolis Online*, vom 07.05.2006. < <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/22/22622/1.html>> [Stand 15.07.2007]

### **BEYME 1994**

BEYME, Klaus von: *Systemwechsel in Osteuropa*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1994. - ISBN: 3-518-28730-3

### **BIALA 2007**

BIALA, Monika: Agencje prasowe w Polsce - typy i specjalizacja (Nachrichtenagenturen in Polen – Eine Typologie) In: *Reporterzy.info* <[http://www.reporterzy.info/article.php?section=warsztat&title=agencje\\_prasowe\\_w\\_Polsce\\_typy\\_i\\_specjalizacja](http://www.reporterzy.info/article.php?section=warsztat&title=agencje_prasowe_w_Polsce_typy_i_specjalizacja)> [Stand 14.15.2007]

**BINGEN 2007**

BINGEN, Dieter: Medienlandschaft und Medienpolitik. In: *Bundeszentrale für politische Bildung online*  
<[http://www.bpb.de/publikationen/RTPANR,5,0,Gesellschaftliche\\_Strukturen.html](http://www.bpb.de/publikationen/RTPANR,5,0,Gesellschaftliche_Strukturen.html)>  
[Stand 16.07.2007]

**BLUMLER 1997**

BLUMLER, Jay G.: Wandel des Mediensystems und sozialer Wandel: Auf dem Weg zu einem Forschungsprogramm. In: *Publizistik* 42(1997)Nr.1, S. 16-36

**BORKOWSKA 1999**

BORKOWSKA, Anna: Polnische Journalisten und journalistische Organisationen. In: Kopper, Gerd G. ; Rutkiewicz, Ignacy ; Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin : Vistas,1999, S. 271-279

**BREZOVSKY 2004**

BREZOVSKY, Ernst-Peter: Der EU-Beitritt der Länder Ostmitteleuropas: Kontroversen in der Gesellschaft und die Rolle der Medien In: Hess, Agnieszka ; Vyslonzil, Elisabeth (Hrsg.): *Der EU-Beitritt der Länder Ostmitteleuropas : Kontroversen in der Gesellschaft und die Rolle der Medien = Akcesja państw Europy Środkowoschodniej do UE*. Frankfurt am Main: Lang, 2004, S. 11-39

**BRZEZINSKI/CHODOROWSKI 2005**

BRZEZINSKI, Tomasz ; CHODOROWSKI, Maciej: *Rynek reklamy prasowej w Polsce. Prognoza 2005-2006*. (Der polische Pressewerbemarkt. Prognose zu 2005-2006) <[http://www.crmc.pl/img\\_upload/files/Ad.media%20Raport%20-%20Rynek%20reklamy%20prasowej%20-%20IVQ2004.pdf](http://www.crmc.pl/img_upload/files/Ad.media%20Raport%20-%20Rynek%20reklamy%20prasowej%20-%20IVQ2004.pdf)> [Stand 18.07.2007]

**BUJKO 1999**

BUJKO, Mirosław M.: Die Entwicklung des polnischen Werbemarktes und seine Zukunft. In: Kopper, Gerd G. ; Rutkiewicz, Ignacy ; Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin : Vistas,1999, S. 101-113

**CMWP 2007**

CENTRUM MONITORINGU WOLNISCI PRASY STOWARZYSZENIA  
DZIENNIKARZY POLSKICH (Zentrum für Monitoring der Pressefreiheit): *Misja*  
<[http://www.freepress.org.pl/show\\_page.php?id=1](http://www.freepress.org.pl/show_page.php?id=1)> [Stand 15.07.2007]

**CHODOROWSKI 2006**

CHODOROWSKI, Maciej: *Rynek reklamowy w Polsce. Prognoza 2006-2008*. (Der polnische Werbemarkt. Prognose zu 2006-2008)  
<[http://www.crmc.pl/img\\_upload/files/Ad.Media-IIIQ2006-2008.pdf](http://www.crmc.pl/img_upload/files/Ad.Media-IIIQ2006-2008.pdf)> [Stand 18.07.2007]

**DE BOOSE 2005**

DE BOOSE, Johan: Poland. In: Eijk, Dick van (Hrsg.): *Investigative Journalism in Europe*. Amsterdam: VVOJ, 2005, S. 138 – 145

**DELHAES 2000**

DELHAES, Karl von: Unvollkommenheiten des Informationsmonopols in der Volksrepublik Polen. In: Bönning, Holger (Hrsg.): *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte*. Stuttgart : Franz Steiner Verl.,2000, S. 190-207

**DLUGOSCH 1970**

DLUGOSCH, Alfons: *Die Presse in der Volksrepublik Polen (1944 - 1967) : Eine Untersuchung des Verhältnisses zwischen Presse und öffentlicher Meinung in einem kommunistischen Staat.* Münster, Univ., Diss., 1970.

**DOBEK-OSTROWSKA 1998**

DOBEK-OSTROWSKA, Boguslawa (Hrsg.): *Wspolczesne systemy komunikowania.* Wrocław : Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 1998. –ISBN: 83-229-1768-6

**DOBEK-OSTROWSKA 2003**

DOBEK-OSTROWSKA, Boguslawa: Political elites and the mass media in the Central European Countries. In: Donsbach, Wolfgang (Hrsg.): *Chancen und Gefahren der Mediendemokratie.* Konstanz : O/V/J, 2003, S.62-69

**DOBOSZ 1999**

DOBOSZ, Izabela: Polnisches Presserecht. In: Kopper, Gerd G. ; Rutkiewicz, Ignacy ; Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996.* Berlin : Vistas,1999, S. 71-82

**DUDEK 2006**

DUDEK, Thomas: Die Koalition der Transformationsverlierer. In: *Telepolis online* vom 05.Juli 2006.  
<<http://www.heise.de/tp/r4/html/result.xhtml?url=/tp/r4/artikel/22/22953/1.html&words=Nasz%20Dziennik&T=Nasz%20Dziennik>> [Stand 13.07.2007]

**ERAZMUS 2006**

ERAZMUS, Magdalena: Reklama prasowa – charakterystyka (Charakteristik von Werbung in der Presse) In: *Wrota Podkarpackie*  
<[http://www.wrota.podkarpackie.pl/pl/edukacja/ciekaw\\_edu/bledy/reklama\\_prasowa](http://www.wrota.podkarpackie.pl/pl/edukacja/ciekaw_edu/bledy/reklama_prasowa)> [Stand16.06.2007]

**EXPERT MONITOR 2005**

EXPERT MONITOR: *Wydatki reklamowe w mediach. Raport 2005* (Werbeausgaben in den Medien. Report von 2005) <<http://www.expert-monitor.pl/monit-rap.php3>> [Stand 13.06.2007]

**FAULSTICH 1998**

FAULSTICH, Werner (Hrsg.): *Grundwissen Medien.* 3. Auflage. München: Fink, 1998. - ISBN 3-8252-8169-8

**FILAS 1999a**

FILAS, Ryszard: Zeit des Wandels in den Medien. Die Presse-, Hörfunk- und Fernsehnutzung in den Jahren 1989-1996. In: Kopper, Gerd G. ; Rutkiewicz, Ignacy ; Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996.* Berlin : Vistas,1999, S. 123-128

**FILAS 1999b**

FILAS, Ryszard: Dziesięć lat przemian mediów masowych w Polsce (1989–1999).(Zehn Jahre Wandel in den polnischen Massenmedien) In: *Zeszyty Prasoznawcze* 1-2(1999), S. 31-54

**FILAS 2001**

FILAS, Ryszard: *Aktywnosc czytelnicza Polakow przelomu wiekow* (Die Leseaktivität der Polen im Jahrhundertwechsel)  
<[http://www.pycia.com/szkola/aktywnosc\\_czytelnicza\\_polakow.doc](http://www.pycia.com/szkola/aktywnosc_czytelnicza_polakow.doc)>

[Stand 16.06.2007]

**FILAS 2005**

FILAS, Ryszard: Rynek prasy codziennej w Polsce przed Faktem i z Faktem. (Der polnische Pressemarkt vor *Fakt* und mit *Fakt*). In: *Zeszyty Prasoznawcze* 3-4(2005), S. 7-32

**FILAS/ PLANETA 2004**

FILAS, Ryszard/PLANETA, Pawel: Das Mediensystem Polens In: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg (Hrsg.): *Internationales Handbuch Medien* 2002/2003. Baden-Baden : Nomos, 2004, S. 486-501

**FRANTZ 2000**

FRANTZ, Christiane: *EU-Integration als Transformationsrahmen?* : Demokratische Konsolidierung in Polen durch die Europäische Union. Opladen : Leske + Budrich, 2000. - ISBN: 3-8100-2613-1

**FREEDOMHOUSE 2007**

FREEDOMHOUSE: Poland.

< <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=22&year=2006>>

[Stand14.05.2007]

**GARTNER 1999**

GARTNER, Egon: Zehn Jahre Gazeta Wyborcza : die unheimliche Erfolgsgeschichte einer polnischen Qualitätszeitung. In: *Medienjournal* 4(1999), S. 33-36

**GARSZTECKI 1997**

GARSZTECKI, Stefan: Korrektive zu den zentralgelenkten Mediensozialistischer Gesellschaften: Das polnische Beispiel. In: Mühle, Edward (Hrsg.): *Vom Instrument der Partei zur „vierten Gewalt“ : Die Ostmitteleuropäische Presse als zeithistorische Quelle*. Marburg : Herder-Institut, 1997, S. 47-65

**GATI 1996**

GATI, Charles: The Mirage of Democracy. In: *Transition* 2(1996), 6, S. 6-12 u. 62

**GOBAN-KLAS 1990**

GOBAN-KLAS, Tomasz: Making media Policy in Poland. In: *Journal of Communication* 40(1990)1, S. 50-54

**GOBAN-KLAS 1994**

GOBAN-KLAS, Tomasz: *The Orchestration of the media : the politics of mass Communications in Communist Poland and the Aftermath*. Oxford : Westview Press, 1994.

**GOBAN-KLAS 1999**

GOBAN-KLAS, Tomasz: Der Zick-Zack-Kurs der Medienpolitik. In: Kopper, Gerd G. ; Rutkiewicz, Ignacy ; Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin : Vistas,1999, S. 57-70

**HADAMIK 2001**

HADAMIK, Katharina: Medien in Polen. In: Thomaß, B.; Tzankoff, M. (Hrsg.): *Medien und Transformation in Osteuropa*. Wiesbaden : Westdeutscher Verl.,2001, S. 145-166



**HADAMIK 2003**

HADAMIK, Katharina: *Transformation und Entwicklungsprozess des Mediensystems in Polen von 1989 bis 2001*. Dortmund, Univ., Diss., 2003

**HAGELOCH 2006**

HAGELOCH, Jörn: Blühende Rendite Landschaften : Westliche Konzerne beherrschen die Medienlandschaft in Mittel- und Osteuropa. Die EU hat nichts dagegen. In: *Freitag* 02(2006)  
<<http://www.freitag.de/2006/02/06021301.php>> [Stand 21.04.2007]

**HAUSSCHILD/ LORSCHIED 2003**

HAUSSCHILD, Anette/LORSCHIED, Helmut: Freiheit des Wortes bedroht. In: *Telepolis online*, vom 24. November 2003  
<<http://www.heise.de/tp/r4/artikel/16/16117/1.html>> [Stand 20.06.2007]

**HEY 2002**

HEY, Patrizia: Die Gewerkschaftsregionen als Überlebensgarant der polnischen Solidarność-Bewegung. Struktur und Arbeitsformen in Niederschlesien. In: *Untersuchungen des FKKS (29/2002)* <<http://www.uni-mannheim.de/fkks/fkks29.pdf>> [Stand 17.06.2007]

**HRIBAL 2003**

HRIBAL, Lucie: Medien und Demokratisierung in Osteuropa : Medien- und politikwissenschaftliche Konzepte der Transformation. In: *Medienheft* 19(2003), S.55-61

**IFJ 2004**

INTERNATIONAL FEDERATION OF JOURNALISTS: *Eastern Empires. Foreign ownership in central and eastern european media: Ownership, Policy Issues and Strategies* <<http://www.ifj-europe.org/pdfs/easternempires.pdf>> [Stand 17.07.2007]

**IZBA PRASY 2007**

IZBA PRASY(Pressekammer): Rys historyczny (Historischer Überblick)<<http://www.izbaprasyl.pl/rys.php>> [Stand 12.07.2007]

**JACHOWICZ 2003**

JACHOWICZ, Lukasz: *Media w Polsce. Wolnosc i niezalezynosc dziennikarzy* (31.08.2003) <<http://honey.7thguard.net/essays/cenzura.pdf>> [Stand am 20.07.2007]

**JÄGER-DOBEK 2003**

JÄGER-DOBEK, Brigitte: Ein Klon namens "Fakt". Polens Medienmarkt. Springer, die "Passauer" und die Angst vor einer "Pressegermanisierung"(12.12.2003) In: *Freitag* 51(2003) <<http://www.freitag.de/2003/51/03510802.php>> [Stand 12.04.2007]

**JACHIMOWSKI/KOWOL 2004**

JACHIMOWSKI, Marek/KOWOL, Ilza: Aufbruch in einen liberalen Zeitungsmarkt. In: Schneider, Beate; Schütz, Walter (Hrsg.): *Europäische Pressemärkte. Annäherungen an eine länderübergreifende Zeitungsstatistik*. Wien : O/V/J, 2004, S. 227-331

**JAKUBOWICZ 1992**

JAKUBOWICZ, Karol: From party propaganda to corporate speech? Polish journalism in search of a new identity. In: *Journal of communication*. 42(1992)3, S. 64-73

**JAKUBOWICZ 1995**

JAKUBOWICZ, Karol (Hrsg.): Media as agents of change. In: Paletz, David L.; Jakubowicz, Karol; Novose, I Pavao (Hrsg.): *Glasnost and after : media and change in Central and Eastern Europe*. Cresskill, NJ : Hampton Press, 1995, S. 19-47

**JAKUBOWICZ 1996**

JAKUBOWICZ, Karol: *Conquest or partnership? East-West European integration in the media field*. O/V/J : Düsseldorf, 1996. – ISBN: 3-929673-19-3

**JAKUBOWICZ 1997a**

JAKUBOWICZ, Karol: Polskie Prawo Prasowe: Nowe obszary i wyznania. In: *Forum dziennikarzy*. 6(1997)-1(1998)  
<[www.sdp.pl/.../Forum%20dzienn.%20nr%206\(1997\)-1\(1998\)/linki%20do%20nr%206\(1997\)-1\(1998\)/kjppp.doc](http://www.sdp.pl/.../Forum%20dzienn.%20nr%206(1997)-1(1998)/linki%20do%20nr%206(1997)-1(1998)/kjppp.doc)> [Stand 20.07.2007]

**JAKUBOWICZ 1997b**

JAKUBOWICZ, Karol: Vagaries of time and place. Media ethics in Poland  
In: *Communication ethics and universal values*. Christians : Clifford, S.259-277

**JAKUBOWICZ 2003**

JAKUBOWICZ, Karol (Hrsg.): Theories of the post –communist transition. In: Paletz, David L, Jakubowicz, Karol(Hrsg.): *Business as usual : continuity and change in central and eastern european media*. Cresskill, N.J : Hampton Press, 2003. - ISBN: 1-572-73265-2

**KARPINSKI 2007**

KARPINSKI, Jarosław: Zlikwidować czyli zniszczyć (Liquidieren also vernichten) In: *Trybuna Online* < [http://www.trybuna.com.pl/n\\_show.php?code=2006053111](http://www.trybuna.com.pl/n_show.php?code=2006053111)> [Stand 20.05.2007]

**KARLE 2006**

KARLE, Roland: Print-Offensive im Ausland; Weil im Inland der Umsatz stagniert, investieren deutsche Verlage verstärkt in Osteuropa. In: *Horizont* vom 20. Juli 2007, S. 24.

**KNOBELSDORF 1991**

KNOBELSDORF, Wladimir: Medien. In: Wöhlke, Wilhelm (Hrsg.): *Länderbericht Polen*. Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung Band 296. Bonn, 1991, S. 427-447

**KOHLER 1989**

KOHLER, Friedemann: Staatlich, kirchlich im Untergrund. Polen hat eine vielfältige Öffentlichkeit. In: *Medium*. 1(1989)19, S. 59-61

**KOMOROWSKA 2001**

KOMOROWSKA, Kinga A.: Polacy wobec mediów - ujęcie regionalne. In: *Centrum Badania opinii społecznej. Komunikat z badań* 15(2001)  
<[http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2001/K\\_015\\_01.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2001/K_015_01.PDF)> [Stand 18.06.2007]

**KOPACZ 2006**

KOPACZ, Grzegorz: "Dziennik" od dziś na rynku („Dziennik“ ab heute auf dem Markt)  
In: *Press* vom 18. April 2006  
<<http://www.press.pl/newsy/pokaz.php?id=5709>> [Stand 17.07.2007]

**KOPPER 1999**

KOPPER, Gerd G (Hrsg.): Transformation des Mediensystems in Polen : einführende Analyse in die Außenbetrachtung. In: Kopper, Gerd G. ; Rutkiewicz, Ignacy ; Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin : Vistas, 1999, S.29-45

**KOSCHNICK 2007**

KOSCHNICK, Wolfgang J.: *Zeitungsnutzung*  
<[http://relaunch.medialine.de/PM1D/PM1DB/PM1DBF/pm1dbf\\_koop.htm?stichwort=zeitungsnutzung&x=0&y=0](http://relaunch.medialine.de/PM1D/PM1DB/PM1DBF/pm1dbf_koop.htm?stichwort=zeitungsnutzung&x=0&y=0)> [Stand 30.04.2007]

**KOWOL 1994**

KOWOL, Ilza: Umgestaltung des Pressesystems in Polen. In *Transdora* 4/5 1993/94, S. 52-54 < [http://www.dpg-brandenburg.de/nr\\_4\\_5/kowol.shtml](http://www.dpg-brandenburg.de/nr_4_5/kowol.shtml)> [Stand 17.04.2007]

**KOWOL 1998**

KOWOL, Ilza: Lage der katholischen Medien in Polen : unterschiedliche Entwicklungen in den 90er Jahren. In: *Communicatio Socialis* 31(1998)1, S.62-73

**KOWOL 1999**

KOWOL, Ilza: Die katholische Kirche und katholische Medien. In: Kopper, Gerd G. ; Rutkiewicz, Ignacy ; Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin : Vistas, 1999, S. 235-246

**KSD 2007**

KATOLICKIE STOWARZYSZENIE DZIENNIKARZY (Katholischer Journalistenverband): *Deklaracja Ideowa KSD*  
<<http://www.ksd.media.pl/?article=4>> [Stand 13.07.2007]

**KUCHARSKI 2007**

KUCHARSKI, Sebastian: "Dziennik" zmienia ceny reklam i wprowadza wspólny pakiet z "Faktem" ("Dziennik" ändert die Anzeigenpreise und führt ein gemeinsames Preispaket mit der "Fakt" ein) In: *Press*, vom 10.04.2007  
<<http://www.press.pl/newsy/pokaz.php?id=10196>> [Stand 20.07.2007]

**MARSZALEK 2007**

MARSZALEK, Anna: Jaka role odgrywali w zyciu publicznym dziennikarze sledczy w 1999 i obecnie. (Welche Rolle spielten investigative Journalisten im öffentlichen Leben im Jahre 1999 und gegenwärtig) In: *Fundacja Bartorego*  
<<http://www.batory.org.pl/korupcja/sesja5.htm>> [Stand 23.07.2007]

**MICHNIK 1999**

MICHNIK, Adam: Die auferstandene Unabhängigkeit und die Dämonen der samtenen Revolution. In: *Transdora* 20(1999/2000) Sonderausgabe: 10 Jahre Transformation in Polen. S. 5 – 15 <[http://www.dpg-brandenburg.de/nr\\_20/michnik\\_kon.shtml](http://www.dpg-brandenburg.de/nr_20/michnik_kon.shtml)> [Stand 17.04.2007]

**MOCEK 2006**

MOCEK, Stanislaw: *Dziennikarze po komunizmie. Elita mediow w swietle badan spolecznych*. Scholar : Warszawa, 2006. – ISBN: 83-7383-189-4

**LEIXNERING 2007**

LEIXNERING, Andreas: Lustration in Polen: Aufklärung oder Hexenjagd? In: *Deutsche Welle*, vom 14. Dezember 2007. < <http://www.dw-world.de/dw/article/0,2144,2440806,00.html>> [Stand 19.17.2007]

**LESSER 2006**

LESSER, Gabriele: Polen im Medienkrieg; Mit der Qualitätszeitung "Dziennik" greift der Axel-Springer-Verlag die "Gazeta Wyborcza" an. Das Traditionsblatt hat reagiert - und sich auf einen Preiskamp eingelassen, den es leicht verlieren kann. In: *Taz*, vom 19. April 2006 <<http://www.taz.de/index.php?id=archivseite&dig=2006/04/19/a0177>> [Stand 11.04.2007]

**MERKEL 1999**

MERKEL, Wolfgang: *Systemtransformation : eine Einführung in die Theorie und Empirie der Transformationsforschung*. Opladen : Leske + Budrich, 1999. - ISBN: 3-8100-2234-9

**MIELCZAREK 1998**

MIELCZAREK, Tomasz: *Między monopolem a pluralizmem. Zarys dziejów środków komunikowania masowego w Polsce w latach 1989-1997*. Kielce, 1998. – ISBN: 83-7133-098-7

**NALEWAJK 2003**

NALEWAJK, Anna: Codzienne Gry Wojenne (Tägliche Kriegsspiele). In: *Press* 8(2003), S. 47-50

**NASZ DZIENNIK 2007**

NASZ DZIENNIK: *Redakcja*  
<<http://www.naszdziennik.pl/redakcja.php?typ=ii&dat=20070807&id=main>> [Stand 16.05.2007]

**NOWINSKA 2004**

NOWINSKA, Ewa: Polskie prawo mediów po przystąpieniu do UE (Polnisches Medienrecht nach dem EU-Beitritt) In: Hess, Agnieszka ; Vyslonzil, Elisabeth (Hrsg.): *Der EU-Beitritt der Länder Ostmitteleuropas : Kontroversen in der Gesellschaft und die Rolle der Medien = Akcesja państw Europy Środkowowschodniej do UE* Frankfurt am Main: Lang, 2004, S. 35-41

**ORGANISTA 2002**

ORGANISTA, Agata: Transformation der polnischen Presselandschaft. In: Wohlgemuth, Arno/ Hiller, Kinga (Hrsg.): *Medienrecht und Medienwirklichkeit in Polen, Ungarn und Russland mit Exkurs nach Italien*. Arbeitspapiere des Osteuropa Instituts der freien Universität Berlin 15(2002). < [http://www.oei.fu-berlin.de/recht/media/arbeitspapiere/ap\\_recht\\_09.pdf](http://www.oei.fu-berlin.de/recht/media/arbeitspapiere/ap_recht_09.pdf)> [Stand 13.07.2007]

**PACULA 1999**

PACULA, Maciej: Welche Regelungen gibt es in Polen zum Schutz der Redaktionen, bzw. der Journalisten gegenüber den Verlegern? In: *Transdora*, vom 19. Februar 1999, S. 53–58 <[http://www.dpg-brandenburg.de/nr\\_19/presse.htm](http://www.dpg-brandenburg.de/nr_19/presse.htm)> [Stand 20.05.2007]

**PACZKOWSKI 1997**

PACZKOWSKI, Andrzej: Zur politischen Geschichte der Presse in der Volksrepublik Polen (1944-1989) In: Mühle, Edward (Hrsg.): *Vom Instrument der Partei zur „Vierten Gewalt“ . Die Ostmitteleuropäische Presse als zeithistorische Quelle*. Herder-Institut: Marburg, 1997, S. 25-45

**PAUN 2005**

PAUN, Christopher: *Die Rolle von Pressefreiheit im Demokratisierungsprozess*  
<<http://www.paun.de/archiv/idoc-pressefreiheit.pdf>> [Stand 16.07.2007]

**PBC 2007**

POLSKIE BADANIA CZYTELNICTWA (Polnische Leserforschung)  
<<http://www.pbczyt.pl/>> [Stand 18.03.2007]

**PIJACZYNSKI 2007**

PIJACZYNSKI, Marcin: Do lustracji wystap (Die Lustration tritt in Kraft) In:  
*Polska.pl*, vom 22.März 2007  
<[http://wiadomosci.polska.pl/specdlapolski/article,Do\\_lustracji\\_wystap,id,265669.htm](http://wiadomosci.polska.pl/specdlapolski/article,Do_lustracji_wystap,id,265669.htm)>  
[Stand 18.07.2007]

**PISAREK 1998a**

PISAREK, Walery: Medienmarkt Mitteleuropa : Teil 2: Sicht aus dem Osten ; zum  
Einfluß ausländischen Medienkapitals am Beispiel  
Polen In: Kopper, Gerd G. (Hrsg): *Europäische Öffentlichkeit : Entwicklung von  
Strukturen und Theorie*. Dortmund : Erich-Brost-Institut, 1998, S.102-108

**PISAREK 1998b**

PISAREK, Walery: Medienwandel in Mittel- und Osteuropa : von Staatszentrismus  
zu Globalismus und Regionalismus. In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): *Wie die Medien  
die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben*. Wiesbaden : O/V/J, 1998, S.  
125-142

**PISAREK 1999**

PISAREK, Walery: Kontinuität und Wandel auf dem Tageszeitungsmarkt. In: Kopper,  
Gerd G. ; Rutkiewicz, Ignacy ; Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und  
Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin : Vistas, 1999, S. 129-145

**PREDIGER 2007**

PREDIGER, Eva: *Transformationsforschung: theoretische Ansätze mit besonderer  
Berücksichtigung akteurstheoretischer Ansätze*. <[http://www.giub.uni-bonn.de/ag-  
troeger/vault/pras\\_strasburg\\_2.pdf](http://www.giub.uni-bonn.de/ag-troeger/vault/pras_strasburg_2.pdf)> [Stand 18.13.2007]

**PRYLIUK 1993**

PRYLIUK, Yuri: Mass Media Pluralism as a Condition of Civil Society. In: Manaev,  
Oleg (Hrsg.): *Media in transition : from totalitarianism to democracy*  
Kyiv O/V/J, 1993, S. 273-286

**ONISZCZUK 1998**

ONISZCZUK, Zbigniew: Die Expansion des deutschen Kapitals auf den Pressemärkten  
Ungarns, Polens und Tschechiens. In: *Transdora*, vom 19. Februar 1999, S. 53-58  
<[http://www.dpg-brandenburg.de/nr\\_19/presse.htm](http://www.dpg-brandenburg.de/nr_19/presse.htm)> [Stand 04.05.2007]

**RAABE 2005**

RAABE, Stephan Georg: Die Solidarnosc Bewegung im Wandel der Zeiten. eine  
„konstruktive Revolution“ feiert Jubiläum. In: *Auslandsbüro Polen der Konrad  
Adenauer Stiftung*, vom 15 August 2005 <[http://www.kas.de/proj/home/pub/48/1/year-  
2005/dokument\\_id-7228/index.html](http://www.kas.de/proj/home/pub/48/1/year-2005/dokument_id-7228/index.html)> [Stand 24.04.2007]

**REIFF 1999**

REIFF, Klaus: Die polnische Gewerkschaft Solidarność und ihre Publikationstätigkeit  
1980-1983. In: *VifaOst* <[http://www.vifaost.de/fachdatenbanken/solidarnosc/reiff-  
solidarnosc/](http://www.vifaost.de/fachdatenbanken/solidarnosc/reiff-solidarnosc/)> [Stand 16.04.2007]

**REPORTER-OHNE-GRENZEN 2007**

REPORTER-OHNE-GRENZEN: *Rangliste der Pressefreiheit 2006*

<<http://www.reporter-ohne-grenzen.de/rangliste-2006.html>> [Stand 18.07.2007]

**RÖPER 2006**

RÖPER, Horst: Expansion in Osteuropa. In: *Verdi*, vom 20.06.2006

<[http://mmm.verdi.de/archiv/2006/07-](http://mmm.verdi.de/archiv/2006/07-08/titelthema_marktaufteilung/expansion_in_osteuropa)

08/titelthema\_marktaufteilung/expansion\_in\_osteuropa> [Stand 25.06.2007]

**RUNDEL 2006**

RUNDEL, Sylwia: *Presse-Lounge zu*

*Dziennik*

<[http://www.axelspringer.de/inhalte/presse/inhalte/fotolounge/zeitung\\_pl/as\\_polska.htm](http://www.axelspringer.de/inhalte/presse/inhalte/fotolounge/zeitung_pl/as_polska.htm)> [Stand 12.05.2007]

**RZECZPOSPOLIA 2007**

*RZECZPOSPOLITA: Die Tageszeitung „Rzeczpospolita“ und ihr Herausgeber die Gesellschaft Presspublica*

< [http://www.rzeczpospolita.pl/jezyki/rzecz\\_nie.html](http://www.rzeczpospolita.pl/jezyki/rzecz_nie.html)> [Stand 06.03.2007]

**SANDSCHNEIDER 1995**

SANDSCHNEIDER, Eberhard: *Stabilität und Transformation. Stand und Perspektiven politikwissenschaftlicher Transformationsforschung*. Opladen : Leske + Budrich, 1995.

– ISBN: 381001236x

**SASINSKA-KLAS 2004**

SASINSKA-KLAS, Teresa: Leki i nadzieje Polakow przed zbliżającym sie referendum unijnymw swietle badan opinii publicznej In: Hess, Agnieszka ; Vyslonzil, Elisabeth (Hrsg.): *Der EU-Beitritt der Länder Ostmitteleuropas : Kontroversen in der Gesellschaft und die Rolle der Medien = Akcesja państw Europy Środkowowschodniej do UE*. Frankfurt am Main : Lang, 2004, S. 99-115

**SEGERT 1996**

SEGERT, Dieter: Die Transformationsanalyse Osteuropas. Denkanstöße, theoretische Fortschritte und Defizite. In: *Internationale Politik* 8(1996)

<<http://www.internationalepolitik.de/archiv/jahrgang1996/august1996/die-transformationsanalyse-osteuropas--denkanstosse--theoretische-fortschritte-und-defizite.html>> [Stand 20.07.2007]

**SEJM 2007**

<<http://isip.sejm.gov.pl/prawo/index.html>> [Stand 12.07.2007]

**SCHLIEP 1997**

SCHLIEP, Katharina: Die Transformation der polnischen Medien und ihre Auswirkungen auf die journalistische Kultur In: Machill, Marcel (Hrsg.):

*Journalistische Kultur. Rahmenbedingungen im internationalen Vergleich*. Opladen : Westdt. Verl.,1997, S. 157-174

**SCHLIEP 1999**

SCHLIEP, Katharina: Die Privatisierung der polnischen Presse. In: Kopper, Gerd G. ; Rutkiewicz, Ignacy ; Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin : Vistas,1999, S.117-128

**SCHLINDWEIN 2007**

SCHLINDWEIN, Simone: *Zwischen Propaganda und Kommerz – Medien(un)freiheit in Südost-, Mittelost-, und Osteuropa*. <<http://www.n-ost.de/cms/images/studie%20pressefreiheit.pdf>> [Stand 20.07.2007]

**SCHNEIDER 1998**

SCHNEIDER, Krystyna: *Der Transformationsprozeß in Polen : politische, wirtschaftliche und soziale Dimensionen des Wandels 1999*. Bonn, Univ., Diss., 1998

**SCHÜTZ 1994**

SCHÜTZ, Walter J.: Deutsche Tagespresse 1993. Ergebnisse der zweiten gesamtdeutschen Zeitungsstatistik. In: *Media Perspektiven* 4(1994), S. 168-198

**SDP 2007**

STOWARZYSZENIE DZINNIKARZY POLSKICH (Verband polnischer Journalisten): *Misja Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich* (Die Mission des polnischen Journalistenverbandes)  
<<http://www.sdp.pl/misja.php>> [Stand 02.06.2007]

**SPIEGEL 2006**

O.V.: Pressefreiheit in Polen. In: *Spiegel Online*, vom 3. November 2006  
<<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,446427,00.html>> [Stand 15.06.2007]

**STEIFF 2006**

STEIFF, Lukas F.: Polnische Zeitung hetzt gegen deutsche Presse. In: *Spiegel Online* vom 13. Juli 2006 <<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,426600,00.html>> [Stand 14.04.2007]

**SZYNOL 2002**

SZYNOL, Adam: Kondycja prasy dolnoslaskiej 10 lat po zmianach ustrojowych w Polsce. In: Dobek-Ostrowska (Hrsg.): *Transformacja systemow medialnych w krajach Europy Srodkowo-Wschodniej po 1989 roku*. Wroclaw, 2002. S. 221-239

**THOMAS/TZANKOFF 2001**

THOMAS, Barbara/ TZANKOFF, Michaela (Hrsg.): *Medien und Transformation in Osteuropa*. Wiesbaden : Westdt. Verl., 2001. – ISBN: 3-531-13476-0

**TNS- OBOP 2007**

TAYLOR NELSON SOFRES- OSRODEK BADANIA OPINII PUBLICZNEJ (Taylor Nelson Sofres- Meinungsforschungsinstitut): *Czytelnicy dzienników – lojalni czy zmienni?*  
<<http://www.tns-global.pl/centrum/2007/2007-03/wid/4342>> [Stand 12.03.2007]

**TZANKOFF 2001**

TZANKOFF, Michaela: Medien und Transformation aus politikwissenschaftlicher Sicht. In: Maier-Rabler, Ursula (Hrsg.): *Kommunikationskulturen zwischen Kontinuität und Wandel : Universelle Netzwerke für die Zivilgesellschaft*. Konstanz : O/V/J, 2001, S.145-162

**WIELE 2006**

WIELE, Andreas: Aussage in der Pressemitteilung: *Dziennik: Axel Springer startet am 18. April neue Tageszeitung in Polen*.  
<<http://www.axelspringer.de/inhalte/presse/inhalte/presse/5377.html>> [Stand 13.07.2007]

**UMANN 2006**

UMANN, Ullrich: Großverlage investieren in Polens Pressemarkt.  
In: *bfai Länder und Märkte*  
<<http://www.bfai.de/fdb-SE,MKT20060208110323,Google.html>> [Stand 12.07.2007]

**URBAN 2006**

URBAN, Thomas: Fakt für Fakt; Axel Springer Polska: "Dziennik", die nächste neue Zeitung. In: *Süddeutsche Zeitung* vom 19. April 2006, S. 17

**UENK/ LAARMANN 1992**

UENK, Renate/ LAARMANN, Susanne: *Medium Zeitung. Vergleichende Darstellung und Analyse von Werbeträgern*. Frankfurt a.M.: Frankfurter Allgemeine, 1992. – ISBN: 3-929368-04-8

**UOKIK 2007**

URZAD OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTOW (Amt zum Schutz des Wettbewerbs und der Verbraucher): *Misja*  
<[http://www.uokik.gov.pl/pl/o\\_urzedzie/informacje\\_ogolne/misja\\_i\\_wizja\\_uokik/](http://www.uokik.gov.pl/pl/o_urzedzie/informacje_ogolne/misja_i_wizja_uokik/)>  
[Stand 12.07.2007]

**WAN 2004**

WORLD ASSOCIATION OF NEWSPAPERS: *Gefahr für die Pressefreiheit in Polen*  
< <http://www.wan-press.org/article416.html>> [Stand 12.06.2007]

**WANDTKE 2007**

WANDTKE, Blazej: Kiedy zmieni się prawo prasowe? (Wann ändert sich das Pressegesetz?) In: *Press*, vom 31.01.2007  
<<http://www.press.pl/newsy/pokaz.php?id=9199>> [Stand 16.06.2007]

**WENZEL 2006**

WENZEL, Michal: Ocenę pracy dziennikarzy. In: *Centrum badania opinii społecznej*.  
Komunikat 179(2006) < [http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2006/K\\_179\\_06.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2006/K_179_06.PDF)>  
[Stand 16.04.2007]

**WEYMANN 1998**

WEYMANN, Ansgar: *Sozialer Wandel : Theorien zur Dynamik der modernen Gesellschaft*. Weinheim/München: Juventa, 1998. - ISBN 3-7799-1462-X

**WYKA 2005**

WYKA, Angelika W.: *Good and reliable watchdogs of democracy? Ethics and journalism: case studies from Poland, Hungary and the Czech Republic*.  
< <http://www.eumap.org/journal/submitted/wyka.pdf>> [Stand 12.05.2007]

**ZAKOWSKI 1999**

ZAKOWSKI, Jacek: Journalistische Ethik in den polnischen Medien. In: Kopper, Gerd G. ; Rutkiewicz, Ignacy ; Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin : Vistas,1999, S.257-269

**ZKDP 2007**

ZWIAZEK KONTROLI DYSTRYBUCJI PRASY (Verband zur Distributionskontrolle der Presse: *Misja*  
<<http://www.zkdp.pl/index.php?d=1&p=1&t=4>> [Stand 12.07.2007]



## **Eidesstattliche Versicherung**

Ich versichere, die vorliegende Arbeit selbstständig ohne fremde Hilfe verfaßt und keine anderen Quellen und Hilfsmittel als die angegebenen benutzt zu haben. Die aus anderen Werken wörtlich entnommenen Stellen oder dem Sinn nach entlehnten Passagen sind durch Quellenangabe kenntlich gemacht.

*Ort, Datum*

*Unterschrift*