

Panas, Agata

Polak, czyli kto? : obraz Polaka na podstawie artykułów niemieckojęzycznych opublikowanych w tygodniku "Forum"

Kultura Media Teologia 5, 8-19

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Agata Panas

Polak, czyli kto?

Obraz Polaka na podstawie artykułów niemieckojęzycznych opublikowanych w tygodniku „Forum”

STRESZCZENIE:

ARTYKUŁ TO ANALIZA WYDAŃ TYGODNIKA „FORUM” Z OKRESU OD STYCZNIA 2004 DO LUTEGO 2009. BADANIE BYŁO PUNKTEM WYJŚCIA DO ODNALEZIENIA GŁÓWNYCH STEREOTYPÓW NA TEMAT POLSKI I POLAKÓW. DO ANALIZY POSŁUŻYŁO 30 TEKSTÓW PODZIELONYCH NA TRZY PODSTAWOWE KRĘGI PROBLEMOWE. SĄ TO POLITYKA, SPOŁECZEŃSTWO I RELIGIA. OKAZAŁO SIĘ, ŻE PONAD POŁOWA ARTYKUŁÓW PRZEDSTAWIA POLSKĘ W ŚWIETLE NEGATYWNYM LUB BARDZO NEGATYWNYM. GŁÓWNE STEREOTYPY, KTÓRE POJAWIAJĄ SIĘ W ARTYKUŁACH DOTYCZĄCYCH TEMATYKI POLSKIEJ, TO ŁAPÓWKARSTWO, ZACOFANIE I NIUDOLNOŚĆ. POZYTYWNYCH CECH JEST ZNACZNIE MNIEJ. PRZEDĘ WSZYSTKIM WYMENIANA JEST POLSKA PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I ZWIĄZANA Z TYM CHĘĆ ROBIENIA KARIERY W POLSCE I W EUROPIE. NIESTETY, POLAK NADAL ZNANY JEST W NIEMCZECH, JAKO ROBOTNIK FIZYCZNY, NAJCZĘŚCIEJ BRANŻY BUDOWLANEJ. NATOMIAST POLSKA KOBIETA TO WCIAŻ CENIONA GOSPODZYNI DOMOWA.

SŁOWA KLUCZOWE:

OBRAZ, POLSKA, FORUM, TYGODNIK, STEREOTYP, NIEMCY.

ABSTRACT:

THIS ARTICLE IS A DETAILED ANALYSIS OF ARTICLES PUBLISHED IN WEEKLY MAGAZINE “FORUM” FROM JANUARY 2004 TO FEBRUARY 2009. THIS SCRUTINY WAS A METHOD TO FIND MAIN STEREOTYPES ABOUT POLAND AND POLES. THIRTY ARTICLES WERE EXAMINED AND DIVIDED INTO THREE GROUPS BECAUSE THEY TREATED ABOUT THREE DIFFERENT ISSUES. THOSE ISSUES ARE POLITICS, SOCIETY AND RELIGION. AFTER SUMMING UP, MORE THAN A HALF OF GERMAN ARTICLES PRESENTED POLAND IN NEGATIVE OR VERY NEGATIVE WAY. MAIN STEREOTYPES, WHICH APPEAR IN GERMAN PRESS SAY THAT POLES TAKE BRIBES, ARE OLD FASHIONED AND CLUMSY. POSITIVE FEATURES OF POLES ARE HARDLY TO FIND. THE ONE WHICH IS EMPHASIZED THE MOST IS SPIRIT OF ENTERPRISE AND WISH TO MAKE CAREER NOT ONLY IN POLAND BUT ALSO IN EUROPE. UNFORTUNATELY, POLISH MEN ARE STILL RECOGNIZED IN GERMANY AS PHYSICAL WORKER, MAINLY ON CONSTRUCTIONS, AND POLISH WOMAN AS HOUSEWIVES.

KEYWORDS:

IMAGE, POLAND, FORUM, WEEKLY MAGAZINE, STEREOTYPE, GERMANY.

Powszechnie wiadomo, że stosunki polsko-niemieckie obarczone są dużym bagażem negatywnych emocji i uprzedzeń. Mamy przecież za sobą liczne spory, powikłaną historię, konflikty i wyprawy zbrojne na terytorium sąsiada. Mimo to, od wielu lat na arenie politycznej obu państw trwają nieustanne starania o ocieplenie wzajemnego wizerunku. W listopadzie 2009 roku minęło 20 lat od mszy świętej w Krzyżowej z udziałem kanclerza Helmuta Kohla i premiera Tadeusza Mazowieckiego. W ubiegłym roku obchodziliśmy 45. rocznicę listu polskich biskupów do biskupów niemieckich i 40. rocznicę ukłęknięcia Willy'ego Brandta przed warszawskim pomnikiem Bohaterów Getta. Ciepłych gestów przedstawicieli obu Państw nie brakuje również i współcześnie. W wywiadzie dla „Die Welt” Bronisław Geremek nazwał polsko-niemieckie pojednanie po 1989 roku „cudem naszej wspólnej historii”¹.

Świeżym przykładem ocieplenia stosunków jest również uhonorowanie polskiego premiera Donalda Tuska nagrodą Karola Wielkiego. O randze wydarzenia świadczy fakt, że jest to jedno z najważniejszych odznaczeń w polityce europejskiej. Premier Tusk nagrodę odebrał za zaangażowanie w ratyfikację Traktatu Lizbońskiego oraz poprawę relacji Polski z Unią Europejską i Niemcami. Szczególnie ciepłe słowa w stosunku do Polaków padają po katastrofie prezydenckiego samolotu pod Smoleńskiem. Niemieckie media wyrażają swoją solidarność i łączą się w bólu ze swoimi wschodnimi sąsiadami. „Welt am Sonntag” opublikował nawet sondaż, według którego aż 68% Niemców określa stosunki polsko-niemieckie jako dobre lub bardzo dobre². Pod tym samym jednak artykułem odnajdziemy jednoznaczny komentarz: „Polacy mają nasze samochody, a Niemcy mają ich kobiety. Taki jest układ, i ja się na to zgadzam ;-D”³ (tłumaczenie Agata Panas). Pod płaszczykiem pojednania, wciąż na nowo ożywają stare, wydawałoby się już dawno nieaktualne stereotypy. Rodzi się zatem pytanie, gdzie leży ich wciąż bijące źródło? Wiadomo przecież, że mimo siedmiu lat w Unii Europejskiej, mimo aktywnej działalności na arenie międzynarodowej, mimo aktywnej kampanii na rzecz promocji Polski, zawsze znajdzie się ktoś, kto nazwie Polaka – jako Polaka – złodziejem i pijakiem, a Polskę zacofanym państwem przestępczym. „[...] Polska nadal jest dla wielu Niemców krajem niespełniającym zachodnich standardów w płaszczyźnie społecznej, gospodarczej i politycznej, jest krajem » innym« i zapóźnionym cywilizacyjnie.”⁴ Jeśli przyjąć, że media – najogólniej mówiąc – służą komunikowaniu się między ludźmi, czyli wymianie informacji i jej

¹ S. Boltzen, *Berliner Zentrum nicht im Interesse Deutschlands*, „Welt Online“, 6.07.2005, http://www.welt.de/print-welt/article687214/Berliner_Zentrum_nicht_im_Interesse_Deutschlands.html (dostęp: 28.04.2010).

² R. Herzinger, *Polen und Deutsche haben sich längst versöhnt*, „Welt Online“, 18.05.2010, <http://www.welt.de/politik/article7232347/Polen-und-Deutsche-haben-sich-laengst-versoehnt.html?query=welt+am+sonntag+polen> (dostęp: 27.04.2010).

³ Komentarz pod nickiem: WieDuMirSoIchDir, w: R. Herzinger, *Polen und Deutsche haben sich längst versöhnt*, „Welt Online“, 18.05.2010, <http://www.welt.de/politik/article7232347/Polen-und-Deutsche-haben-sich-laengst-versoehnt.html?query=welt+am+sonntag+polen> (dostęp: 27.04.2010).

⁴ M. Fałkowski, *Polska jako Wchód i jako Zachód*, „DIALOG” 2002 nr 60, s. 12.



Pod płaszczykiem pojednania, wciąż na nowo ożywają stare, wydawałoby się już dawno nieaktualne stereotypy. Rodzi się zatem pytanie, gdzie leży ich wciąż bijące źródło?

rozumieniu⁵, to treści w nich zawarte muszą świadomie, bądź nieświadomie, wpływać na jej odbiorców. Medioznawca i socjolog, Tomasz Goban-Klas, dodaje, że media stały się tak wszechobecne, że aspirują do wszechwiedzy. Tym samym, wszelkie pojedyncze gesty pojednania, w stosunkach polsko-niemieckich, mogą być zupełnie nieznaczące, jeśli skonfrontować je z potężną siłą perswazji, którą dysponują media.

Przedmiotem niniejszego artykułu uczyniłam analizę pięciu lat wydań tygodnika „Forum”. Starałam się znaleźć odpowiedź na pytanie, gdzie tkwi źródło tych wciąż żywych uprzedzeń względem Polaków? Czy jest możliwe, aby to media były temu winne? Analizie podlegały tylko przedruki z prasy niemieckiej, które zostały opublikowane przez tygodnik „Forum”. Należy przy tym podkreślić fakt, iż przedruki publikowane w tygodniku są tylko wyborem tekstów spośród wielu publikacji, a tym samym nie mogą odzwierciedlać wszystkich prezentowanych w niemieckich pismach poglądów na temat Polski i Polaków. Niemniej jednak „Forum” to jedyne na polskim rynku pismo w całości przedrukowujące najciekawsze⁶ artykuły z prasy światowej. Tygodnik przyczynia się tym samym nie tylko do poznania poglądów i opinii obywateli z innych krajów, ale również staje się skarbnicą wiedzy na tematy związane z postrzeganiem poszczególnych narodowości jako całości. W tej sytuacji trudno nie wspomnieć o stereotypach i o genezie ich powstania w niemiecko-polskich stosunkach.

Od czasu pojawienia się definicji terminu stereotyp, a zostało ono użyte po raz pierwszy w 1922 roku przez W. Lippmanna w książce „Public Opinion”, stereotypy postrzegano jako nieprawidłowości kulturowe, mające źródło u osób o złych charakterach i upośledzonych umysłach. Z kolei lingwiści zwracają uwagę na chorobę języka, a nawet myślenia, które w rezultacie może zaburzać komunikację międzyludzką. Rozważając problem wartościowania stereotypu, etymologicznie wracamy do szerszej rozumianego pojęcia „obrazu”. Źródłostów słowa nawiązuje do dwóch terminów: *stereós* – „stanowiący bryłę”, „trwały” i *typos* – „odbicie”, „obraz”, co daje w rezultacie „trwały obraz”. Co jednak ważne, stereotypy wpływają na wyobrażenia ludzi, prowadząc do selekcji informacji, zwracając uwagę na te fakty, które wyobrażenia te potwierdzają, a odwracając uwagę od tych, które im zaprzeczają. Takie uproszczone, bezrefleksyjne przyjmowanie stereotypu prowadzić może do stosowania niebezpiecznej manipulacji, a ta nagminnie funkcjonuje w mediach i reklamie.

⁵ Wydanie zbiorowe pod red. E. Chudzińskiego, *Słownik wiedzy o mediach*, Bielsko-Biała 2007, s. 11.

⁶ Tygodnik w swoim podtytule używa hasła: „najciekawsze artykuły z prasy światowej”.

Wzajemna niechęć Niemców i Polaków zdaje się być mocno zakorzeniona w kulturach obu państw. Źródła tego stanu rzeczy doszukiwać się należy w złożonych wydarzeniach historycznych. Rzesza Niemiecka, jako odwieczny sąsiad, w największym stopniu skupiała na sobie zainteresowania Polaków. Zainteresowanie to nie było bynajmniej pozytywne. W dużej mierze uwarunkowane było próbą zabezpieczenia się przed wrogiem. Według Jana Józefa Lipskiego, cztery fakty historyczne wpływają na widzenie Niemców przez Polaków. „Po pierwsze, na naturze państwa krzyżackiego Zakonu Najświętszej Marii Panny [...], po drugie na roli Prus w rozbiorach [...]; po trzecie, na antypolskiej polityce Bismarcka [...]; po czwarte, na okresie hitlerowskim z polityką eksterminacji i niewolnictwa”⁷.

Nieco inną perspektywę patrzenia na Polaków wykształcili w sobie Niemcy. Również i u nich wiele czynników doprowadziło do ukształtowania dzisiejszych stereotypów. Bliskie sąsiedztwo i częste konflikty musiały zaowocować własnym negatywnym obrazem *Polakei*⁸. W średniowieczu polskie miasta powstawały głównie na prawie niemieckim, a Polacy starali się kopiować zachodnie wzorce. Podobnie wcześniej, silne rządy i okrucieństwo panowania Zakonu Krzyżackiego, czy późniejsze oddawanie sobie z rąk do rąk Śląska, Wielkopolski, Opolszczyzny, Lubelszczyzny i Pomorza doprowadziło do powstania legend na temat Polaka. W owym czasie szerzył się obraz Polaka zacofanego, brudnego, do „bitki i do wypitki”.

Nade wszystko również bardzo silna propaganda nazistowska szerzyła negatywny obraz ciemnego chłopca z Polski, Słowianina, który nie zasługuje na prawo do życia. W karykaturze przedstawiany był jako insekt, niekiedy jako wesz, brudna, niegodna życia i konieczna do likwidacji. W czasach PRL-u Niemcy mieli okazję zobaczyć wielu polskich *Gastarbeiterów*⁹, którzy na równi z Turkami i Rosjanami imali się, ich zdaniem, „brudnych”, „nieatrakcyjnych” prac.

Ciekawy ogląd na źródła stereotypów obu nacji odszukać można na tle leksykalnym i etymologicznym. W wielu słownikach dialektów słowo *Polack* oznacza „człowieka mówiącego nieznanym językiem”. Nazwa *Pole*, *Polacke* najczęściej pojawia się w kontekście pejoratywnym, wskazując na „zakorzenioną niechęć, a nawet pogardę wobec ludzi prostych, niewykształconych, prymitywnych, za jakich dość powszechnie w Niemczech uważano Polaków”¹⁰.

Termin *Polacke* jest używany w języku niemieckim do dziś. Jest słowem obraźliwym i spełnia funkcje wyzwiska, tak jak w języku polskim określenie Niemca jako

⁷ J.J. Lipski, *Powiedzieć sobie wszystko... Eseje o sąsiedztwie polsko-niemieckim*, Warszawa 1996, s. 94.

⁸ *Polakei* – w tłumaczeniu polskim, „Polszczyzna”. Obrażliwie i lekceważąco o Polsce, choć słowo to pojawia się dawno, bo w 1851 r. w wierszu Heinricha Heinego *Zwei Ritter*; to nadal jest w Niemczech używane.

⁹ *Gastarbeiter* – emigrant zarobkowy, pojęcie używane od lat 50. XX wieku. W wyniku tzw. cudu gospodarczego w Niemczech zabrakło rąk do pracy, co spowodowało, że rząd niemiecki zaczął szukać siły roboczej poza granicą swojego państwa. Głównie chodziło o pracę gorzej płatną, nieatrakcyjną dla przeciętnego Niemca. Dziś słowa *Gastarbeiter* używa się określając emigrację zarobkową do lepiej rozwiniętego gospodarczo kraju.

¹⁰ Zob. T. Szarota, *Niemcy i Polacy. Wzajemne postrzeganie i stereotypy*, Warszawa 1966, s. 71.

„szwab”. W roku 1991, czyli zaraz po otwarciu granic i stworzeniu możliwości wjazdu Polaków do Niemiec, Niemcy byli zaniepokojeni. W prasie pojawiały się tytuły i opisy wróżące, że państwo niemieckie w najbliższym czasie zostanie „zalane falą barbarzyńców”. Spodziewano się wjazdu „mafii” nagminnie kradnącej samochody, przemysłowców papierosów i pracowników chętnych do tzw. pracy na czarno¹¹.

Analizując publikacje w tygodniku „Forum”, odnalazłam w nim blisko trzydzieści artykułów dotyczących bieżących wydarzeń w Polsce. Zainteresował mnie szczególnie okres między 2004 rokiem, a 2009 rokiem. Przekłady pochodziły z różnych niemieckich gazet. W badanym okresie ilościowo przedstawiało się to następująco:

- „Der Spiegel” (profil liberalno-lewicowy) – 38,5%
- „Die Zeit” (profil liberalny) – 15,4%
- „Frankfurter Allgemeine Zeitung” (profil konserwatywny) – 15,4%
- „Frankfurter Rundschau” (profil lewicowo-liberalny) – 7,7%
- „Süddeutsche Zeitung” (profil liberalny, socjaldemokratyczny) – 7,7%
- pozostałe – 15,3%.

Przyglądając się wyborowi artykułów, nie sposób nie zapytać o profil samego tygodnika „Forum”. Konkretna linia polityczna mogłaby negatywnie zaważyć na analizie. Takie obawy okazują się jednak bezpodstawne, jako że tygodnik oficjalnie nie reprezentuje żadnych konkretnych opcji politycznych. Potwierdza to sekretarz redakcji Igor Walenczak: „Nie mamy założonego konkretnego profilu, niekiedy przypisuje się nam profil lewicowy, ale przyczyna leży w korzystnych umowach zawartych między nami i zagranicznym wydawcą, który zezwala nam korzystać z tekstu”¹².

Badania zawartości „Forum” objęły teksty pochodzące z różnych gatunków dziennikarskich. Przeanalizowane zostały wszystkie opublikowane teksty na temat Polski czy Polaków. Podstawy zastosowanej analizy zawartości prasy oparłam na metodach proponowanych przez Walerego Pisarka¹³. Do analizy posłużyły trzy podstawowe kręgi problemowe, które pojawiają się w tygodniku. Są to: polityka, społeczeństwo i religia.

Aktualna sytuacja polityczna w Polsce to nierzadko temat z pierwszych stron tygodnika „Forum”. W zależności od tego, jak ważne jest dane wydarzenie, tematy polityczne bywają umieszczone jako temat główny, niekiedy na okładce, lub w dziale zatytułowanym Echa polskie. Skupiając się na głównych wątkach dotyczących aktualnej sytuacji politycznej w kraju, można wyróżnić trzy najważniejsze zagadnienia. Są to kontrowersje wokół tematu wypędzeń Niemców z Polski oraz ich roszczeń majątkowych wobec rządu polskiego, następnie wejście Polski w struktury Unii Europejskiej, wybory parlamentarne wraz z kampanią wyborczą i wybory prezydenckie w 2005 roku.

W artykule „Musieliby przyjechać tu czołgami!”¹⁴ („Die Zeit”) dziennikarz dokładnie opisuje działalność Powiernictwa Pruskiego oraz przedstawia historie osób ubiegających się

¹¹ J. Błuszkowski, *Stereotypy narodowe w świadomości Polaków*, Warszawa 2003, s. 15.

¹² Rozmowa telefoniczna z sekretarzem redakcji Igoem Walenczakiem z dnia 21 maja 2009 roku.

¹³ W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy*, Kraków 1983.

¹⁴ R. Kirbach, *Musieliby przyjechać tu czołgami!*, „Forum” 2004 nr 23, s. 26.

o odzyskanie własności ziemskiej od strony polskiej. Autor artykułu jest przyjaźnie nastawiony do Polaków i wynika z niego jasno, że jest przeciwny oddawaniu Niemcom ich byłych własności. Świadczy o tym zakończenie tekstu. Ostatni akapit poświęcony jest przyjaźni polsko-niemieckiej i kończy się słowami Niemca o imieniu Richard, zadającego retoryczne pytanie na temat Powiernictwa Pruskiego: „Czy oni tam powariowali?”¹⁵.

Pozytywny stereotyp, jaki pojawił się na temat Polaków, to podkreślenie polskiej waleczności. Jeden z bohaterów artykułu broni swojej własności i nie zamierza się poddawać. „Powinni jednak pamiętać o polskiej mentalności. Musieliby tu przyjść z czołgami”¹⁶. Mimo ogólnego pozytywnego wydźwięku artykułu nie sposób nie zauważyć kilku negatywnych opinii na temat Polaków i Polski. Uprzedzenia wobec Polaków wyrażone są następująco: „Nie, nie, to nie są naprawdę źli ludzie! Oni na powitanie wychodzą z kijem w garści”¹⁷. Kojarzony stereotyp to Polak-człowiek brutalny. Następnie pojawia się opis wyglądu Polski, jako kraju szarego i brudnego: „Polacy po wojnie zabudowania zburzyli i na ich miejsce postawili szarobrunatne klocki”¹⁸. W publikacjach można również odnaleźć stereotyp Polski jako państwa przestępczego: „Ujmując rzecz brutalnie: mój przyjaciel w Merenthin kupił kradziony towar od przestępczego państwa polskiego”¹⁹. Kojarzony jest również stereotyp „Polak-katolik”: „Kościński wrzusza ramionami. [...] ten krzyż mnie ustrzeże, żebym nie wylądował na ulicy”²⁰.

Bardzo negatywny tekst znalazłam w numerze drugim „Forum” z początku 2004 roku. Już sam tytuł artykułu pt. „Witajcie w Łapówkolandii”²¹ („Der Spiegel”) świadczy niejako o jego treści. Polska to: nieuporządkowany kraj gdzieś na wschodzie Europy, o tradycjach komunistycznych, gdzie wszelkie istotne sprawy załatwi się tylko za pomocą łapówki. Za przykład afer korupcyjnych posłużyła m.in. sprawa Lwa Rywina²². Słowami: „witajcie w Łapówkolandii, krainie kleptokratów”²³ – kończy się akapit opisujący życie codzienne w Polsce. Według autorów w całej Europie Wschodniej fakt, że polityk jest skorumpowany, jest ze spokojem przyjmowany przez opinię publiczną. Za dowód służy – dwa razy podkreślony – niechlubny wynik Polski na korupcyjnej liście Transparency International. „Najgorzej wypadła Polska, która przesunęła się w dół o 19 miejsc i wylądowała na 64 pozycji (wśród 133 krajów). Wynika z tego, że Polska jest bardziej skorumpowana nawet od Kuby, Botswany czy Brazylii.”²⁴ Według autorów łapówkarstwo i korupcja to prawdziwa plaga

¹⁵ Tamże, s. 33.

¹⁶ Tamże, s. 30.

¹⁷ Tamże, s. 27.

¹⁸ Tamże.

¹⁹ Tamże.

²⁰ Tamże, s. 31.

²¹ M. Kraske, Ch. Neef, J. Puhl, *Witajcie w Łapówkolandii*, „Forum” 2004, nr 2.

²² Magnat filmowy Lew Rywin złożył propozycję korupcyjną koncernowi prasowemu Agora. Za 17,5 mln dolarów chciał pomóc przeforsować ustawę o mediach, korzystną dla koncernu.

²³ M. Kraske, Ch. Neef, J. Puhl, *Witajcie ...*, *art. cit.*, s. 19.

²⁴ Tamże, s. 20.

w Polsce. Bez pieniędzy nie uda się nic załatwić, bez nich jest się nikim. „Lekarze niejednokrotnie podejmują leczenie tylko po uzyskaniu korzyści finansowych, nauczyciele za pieniądze wystawiają dobre stopnie na świadectwie, policjanci i celnicy inkasują grzywny za wyimaginowane wykroczenia. Pozytywne decyzje w urzędach uzyskuje się nieraz tylko wtedy, gdy się posmaruje. Również dostęp do wyższych uczelni nie jest tak naprawdę bezpłatny – w Polsce zainteresowani mogą mimo oblania egzaminu wstępnego kupić sobie miejsce na wydziale. Cena wynosi co najmniej 200 euro”²⁵.

Nie tylko łapówkarstwo zdaje się być poważnym problemem w Polsce, ale również sytuacja polityczna. „Kultura polityczna zeszała na psy [...]”²⁶. Polacy przedstawieni są jako krętacze, którzy chętnie przystają na wszelką korupcję. Szeroko opisany jest proceder załatwiania sobie rent. Według autorów służą one Polakom jako dobre kieszonkowe. W rezultacie suma, którą Polska przeznaczona na renty jest rekordowa na skalę europejską.

Kolejnym ważnym działem tygodnika „Forum” jest problematyka społeczna. W dziale zatytułowanym Społeczeństwo przedrukowuje się artykuły dotyczące problemów pojedynczych osób lub grup ludzi. Porównując jednak objętość materiału poświęconego problematyce politycznej ze społeczną, trzeba zaznaczyć, że jest jej znacznie mniej. Adekwatnie do proporcji, mniej jest również publikowanych artykułów o tematyce społecznej poświęconej Polsce i Polakom.

Jednym z artykułów przedrukowanych z „Die Zeit” jest tekst opublikowany pod tytułem „Kac przed Sylwestrem”²⁷. Artykuł zaczyna się słowami: „Do końca tego roku [2007-przyp. A.P.] Polska może stracić setki milionów euro przyznanych przez Brukselę. Dlaczego? Lepiej nie pytać...”²⁸. Autorka opisuje nieudolność polskich urzędów i urzędników w ubieganiu się o unijne pieniądze. Tymczasem Polska mogłaby od Brukseli dostać poważne kwoty. Fundusze przechodzą jednak koło nosa. „Okazało się, że procedury przetargowe są zbyt skomplikowane, a koszty projektów często określa się na zbyt niskim poziomie”²⁹ Według autorki, zawiniła niedostateczna wiedza miejscowych urzędników. W artykule cytowane są słowa Jorga Nunes Ferrera: „Ci ludzie mają swoją dumę, nie chcą, żeby tak ich po prostu pouczano. Oni przez dziesięciolecia znali tylko gospodarkę planową, jakim cudem mają nagle nauczyć się myśleć w kategoriach pracy zespołowej?”³⁰

Kolejnym poważnym problemem jest brak pracowników w Polsce. Kiedy brakuje siły roboczej, nie ma komu wypisywać wniosków. „Można to odczuć nie tylko w administracji, ale też na placach budowy. Ponieważ wielu robotników przeniosło się do Anglii, we własnym kraju nie można skończyć budowy autostrad”³¹. Ważnym elementem artykułu jest dodana do niego ilustracja. Zdjęcie przedstawia polskich rolników siedzących na spotkaniu. Są

²⁵ Tamże, s. 21.

²⁶ Tamże.

²⁷ S. Büning, *Kac przed Sylwestrem*, „Forum” 2007 nr 50, s. 32.

²⁸ Tamże, s. 32.

²⁹ Tamże.

³⁰ Tamże.

³¹ Tamże, s. 33.

to ludzie wyglądający ubogo, przed każdym na stole leży futrzana czapka. Pod zdjęciem pojawia się opis „Skomplikowane formularze, niekompetentni urzędnicy, zawałone terminy... Wielu polskich rolników nigdy nie zobaczy obiecanych im dopłat”³².

Ostatnią analizowaną grupą są artykuły z tygodnika „Forum” opisujące szeroko rozumianą kulturę. W sferze religii oparłam się na tekstach związanych ze śmiercią papieża Jana Pawła II. Jednym z nich jest tekst pod tytułem: „Co teraz, Polsko?”³³ („Der Standard”). Wprawdzie pochodzi on z austriackiej gazety, ale „der Standard” jest również znany i czytany w Niemczech. Jest to artykuł o tyle ważny, że to jedyny przedrukowany tekst poświęcony zarówno papieżowi, jak i sytuacji Polski po jego śmieci. Jako że artykuł nie pochodzi bezpośrednio z Niemiec, nie umieszczam wniosków z jego treści w końcowej analizie. Niemniej jednak uważam, że warto przyjrzeć się przedstawionemu w nim obrazowi Polski.

W artykule przedstawiony jest obraz Polski nieco zacofanej, skrajnie katolickiej i niezdolnej do przyjęcia reform. Obraz jest negatywny, choćby dlatego, że autor nieustannie podkreśla zacofanie Polaków. Sugeruje również, że Polska po śmierci papieża może spodziewać się rozłamu. Według autora polskie media nie dopuszczały do siebie informacji o rychłej śmierci papieża, podczas gdy media zachodnie były na to przygotowane i pisały o tym długo wcześniej. „Podczas gdy media zachodnie już od dawna spekulowały o bliskim zgonie następcy świętego Piotra, w Polsce nawet najbardziej krytyczna wobec Kościoła prasa, jak np. lewicowo-liberalna „Gazeta Wyborcza”, do samego końca takimi tytułami jak „Papież walczy o zdrowie” tuszowała fakt, że Jan Paweł II tak naprawdę walczył już wtedy ze śmiercią”³⁴. Autor, ukazując polską niereformowalność względem Kościoła przywołuje trzy argumenty:

- Podkreśla, że w Europie Zachodniej oraz w Ameryce Łacińskiej poglądy papieża Polaka dawno traktowane były jako zbyt konserwatywne. Katolicy z tamtejszych regionów niechętnie się do nich dostosowywali. Tymczasem w Polsce konserwatywni wierni sprzeciwiali się zbyt postępowemu Kościołowi.

- Przytacza przykład przedstawicieli kleru życzliwych wobec reform, do których zalicza się np. abp Józef Życiński. Według autora Polacy niechętnie przystają na proponowane reformy i „wielu polskich katolików wołało podporządkować się autorytetowi proboszcza niż współdecydować w sprawach parafii”³⁵.

- Akcentuje niechęć Polaków do udzielania komunii świętej do ręki. Choć wielu biskupów dopuszcza taką praktykę, nie spotkało się to z akceptacją większości wiernych. Kończąc swoje rozważania, autor podkreśla jeszcze znaczącą rolę, którą odgrywa Kościół w polityce państwa polskiego.

Choć kolejny artykuł można zakwalifikować do problematyki społecznej, jest on pośrednio związany z kulturą. Chodzi o kulturę homoseksualistów w Polsce. Artykuł

³² Tamże, s. 32.

³³ K. Bachmann, *Co teraz, Polsko?*, „Forum” 2005 nr 15, s. 15.

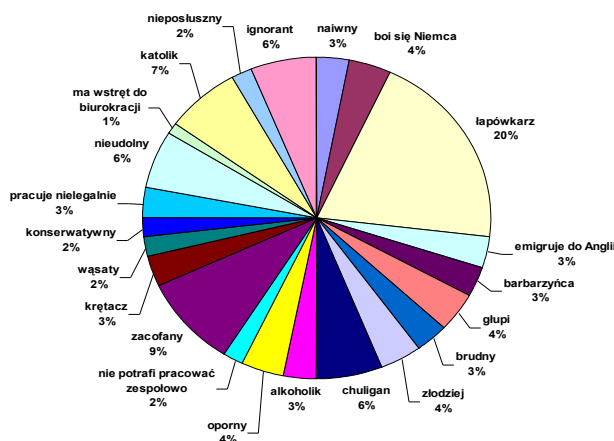
³⁴ Tamże, s. 15-16.

³⁵ Tamże, s. 16.

przedrukowany z lokalnej gazety „Sächsische Zeitung”, pt. „Parada wolności”³⁶ jest wyjątkowo niesprawiedliwy i stronniczy. Autor opisuje w nim warszawską paradę homoseksualistów, stłumioną przez policję. Tekst ma wydźwięk mocno negatywny, podkreślający zacofanie Polski w stosunku do jej zachodnich, nowoczesnych sąsiadów. Jak w wielu poprzednich artykułach, ponownie ostro krytykowany i obrażany jest prezydent Kaczyński wraz z partią Prawo i Sprawiedliwość. „Ten niewielkiego wzrostu człowiek z kompleksem Napoleona i kaczkowatym chodem chce zostać prezydentem Polski”³⁷. Autor wskazuje na ogromną nietolerancję Polaków, których większość popiera Kaczyńskiego. „Niestety za Kaczyńskim stoi także spora część Polaków”³⁸.

Polacy obrzucają kamieniami i jajkami mniejszości seksualne. Ponownie pokreślona jest ich katolickość (łącząca się z przejawami nietolerancji). Dodatkowo autor opisał przypadek jednoznacznie kwestionujący inteligencję Polaków. „Niedawno polski sąd odrzucił pozew pewnego geja o zniewagę, uzasadniając, że większość Polaków ma rzekomo problem z rozróżnieniem pojęć «pedofil» i «gej»”³⁹.

Artykułów o zabarwieniu pozytywnym łącznie było 6, czyli 28%. Natomiast tekstów, które przedstawiały Polskę w świetle negatywnym bądź bardzo negatywnym – 15, czyli ponad połowa – 52%. Głównie interesowały mnie jednak stereotypy na temat Polaków (wykres 1).



Wykres 1. Stereotypy Polaków

³⁶ G. Lesser, *Parada wolności*, „Forum” 2005 nr 25, s. 4.

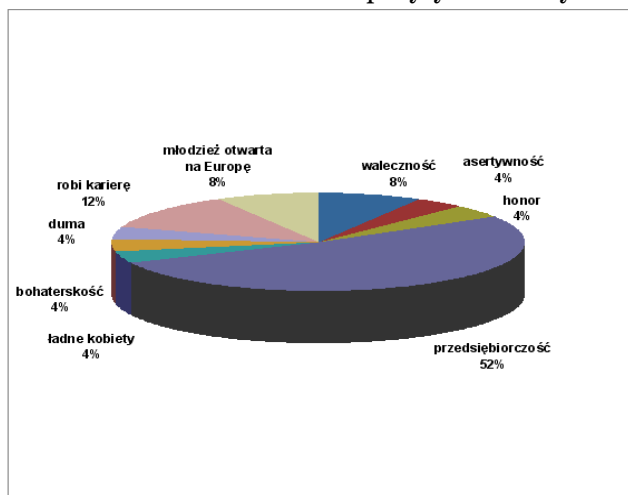
³⁷ Tamże, s. 4.

³⁸ Tamże.

³⁹ Tamże.

Nowa sytuacja polityczna Polski, po upadku komunizmu i wejściu do Unii Europejskiej – jak się zdaje – nie ma większego wpływu na zmianę wciąż tych samych, krzywdzących uprzedzeń. Stereotyp, który w badanych tekstach góruje nad pozostałymi, to bezsprzecznie polskie łapówkarstwo – aż 20% wszystkich stereotypów. Polska przedstawiana jest jako państwo, w którym bez „pieniędzy w kopcach” nic się nie załatwi. Szczególnie dotkliwie są opisy skorumpowanych nauczycieli. Kolejne miejsce na liście stereotypów zajmuje zacofanie i radykalny katolicyzm. O polskiej „nienowoczesności” mówi się prawie w każdym artykule o negatywnej wymowie dla Polski i Polaków. Zacofanie często przeciwstawiane jest postępowości państw zachodnich. Co więcej, to nie tylko cecha ludzi (vide wąsy – jako w miarę stały element wizerunku Polaka), ale również cecha państwa. Pojawia się ona najczęściej w opisach polskich wsi oraz miast. Kolejną odsłoną zacofania jest nastawienie polityczne Polaków, zdominowane przez prawicowość, homofobię i silny, a przy tym niereformowalny w duchu nowoczesności, katolicyzm, które już dawno przeminęły na Zachodzie. Inne stereotypy to nieudolność (chodzi o nieumiejętność radzenia sobie w typowo „zachodnich” sytuacjach, jak chociażby w strukturach Unii Europejskiej), chuligaństwo, przestępczość, alkoholizm. Ciekawym stereotypem jest pojawiający się strach przed Niemcem. Choć obawa przed napaścią wroga ma korzenie historyczne, to w analizowanych artykułach prawie zawsze pojawia się w kontekście tzw. wypędzeń.

W badanych tekstach natrafiłam także na pozytywne cechy Polaków (wykres 2).



Wykres 2. Cechy pozytywne Polaków

W porównaniu ze stereotypami negatywnymi było ich jednak niewiele. Zdecydowanie triumfuje przedsiębiorczość – 52%. Niemniej jednak, co znaczące, często mówi się o niej w kontekście, który sprawia, że nabiera ona wymowy negatywnej. Przykładowo –

gdy wskazuje na nią Niemiec w związku z wyjazdami Polaków do Niemiec w celach zarobkowych, utożsamia się ze sprytem, w następnej kolejności z kombinatorstwem i złodziejstwem.

Młodzież polska jawi się jako nadzieja na lepszą przyszłość zacofanego państwa. Młode pokolenie jest otwarte na Europę i propaguje nowatorski styl życia w swoim postkomunistycznym państwie. Nie boi się opuszczać kraju i robić kariery za granicą. Ten obraz, choć można go nazwać pozornie-pozytywnym, pojawia się stosunkowo rzadko, o czym przekonują moje badania dotyczące emigracji.

Polak na emigracji to nadal tylko budowlaniec i robotnik fizyczny. Obcokrajowcy nierzadko mają okazję zapoznać się z kulturą polską poprzez swoją ekipę budowlaną lub przez pryzmat posprzątanego przez polską gosposię niemieckiego domu. Co jakiś czas w artykułach przewija się wiadomość o polskich naukowcach. Często są to osoby, które w Polsce nie otrzymały szansy na solidną pracę i wyjechały z kraju za chlebem. Z innych racji za granicę wyjeżdżają młode i piękne Polki. Bynajmniej nie jadą tam w celach zarobkowych, ale matrymonialnych. Choć jest to obraz wyrwany żywcem z czasów komunizmu, to nadal zdaje się kojarzyć z Polską.

Reasumując, z badanych artykułów wyłania się wizerunek Polski i Polaka, który tylko w niewielkim stopniu zmienia się z upływem czasu. Polak to nadal nieco głupi i zacofany krętać, który myśli o tym, jak ukraść zagraniczne auto. Butelka wódki i wasy a'la Lech Wałęsa są nieodzownym atrybutem każdego mężczyzny. Do tego dochodzi brak higieny osobistej i niekulturalne zachowanie. Ratunkiem dla tego obrazu zdają się być polskie kobiety, które, nawet, jeśli na Zachodzie zabiegają tylko o męża, wciąż stanowią pozytywną wizytówkę naszego państwa. Cechy pozytywne, które odnalazłam, jawią się jak światełko w tunelu.

Tygodnik „Forum” przedstawia zatem obraz Polski dość jednostronny. W kraju zdaje się brakować zróżnicowanych partii politycznych, poglądów i postaw. Artykuły, które analizowałam, pod tym względem były do siebie podobne. Mało w nich informacji o sukcesach Polski, o walorach turystycznych, gospodarce czy wybitnych Polakach. Niekiedy obraz kraju ociera się o groteskę. Przypuszczalnie niewielu jego mieszkańców odnalazłoby w tym obrazie swoją ojczyznę. Najbardziej negatywne artykuły pojawiły się tuż przed wejściem Polski do Unii Europejskiej. Zdawać się wówczas mogło, że Europa Wschodnia zaleje Zachód falą bezrobotnych Polaków, alkoholików i złodziei. Po wejściu do Unii Europejskiej wizerunek Polski nieco się ocieplił. Mimo to – wedle publicystów – w Polsce zdaje się królować narodowa prawica, która skutecznie przeciwstawia się wszelkiemu postępowi.

Z przeprowadzonych badań wynika, że niemieckie artykuły przedrukowywane w tygodniku „Forum” potwierdzają większość istniejących od lat w Niemczech stereotypów i cech przypisywanych Polsce i Polakom. Obraz Polski i Polaków był i – jak wynika z analizowanych tekstów – zasadniczo nadal jest negatywny, nawet zdecydowanie negatywny. Niemniej jednak moje badania mają jedynie charakter wycinkowy. By wyczerpać temat i problematykę z nim związaną potrzebne są dalsze badania i analizy. Przedruki publikowane w „Forum” są tylko wyborem tekstów spośród wielu publikacji. Dla pełni

obrazu i większej obiektywności w ocenie, jak dziennikarze z pism niemieckich nas widzą, należałoby dokonać analizy porównawczej zawartości i treści tekstów ukazujących się w „Forum” i tych, które zostały przez ten tygodnik pominięte czy niedostrzeżone.

Dla oceny samego tygodnika „Forum”, szczególnie w perspektywie bardziej adekwatnej rekonstrukcji jego profilu politycznego i odpowiedzi na pytanie, jaki rodzaj niemieckiego spojrzenia na Polskę i Polaków przekazuje to pismo swoim czytelnikom, ważne byłoby także całościowe przebadanie choćby jednego z tych niemieckich pism, których teksty najczęściej przedrukowywane są w „Forum”. W ten sposób można byłoby dokładniej ustalić zasadę selekcji niemieckich artykułów stosowaną w tym tygodniku w odniesieniu do podjętej w niniejszej pracy problematyki. Bliżej byłoby też do odpowiedzi na pytanie, czy i w jakim stopniu „Forum” kreuje swój własny – w istocie nieobiektywny – obraz Polski w Niemczech poprzez dobór niemieckich tekstów: czy jest on zgodny z rzeczywistymi tendencjami panującymi w Niemczech czy też nie? Wskazane byłoby również synchroniczno-porównawcze przebadanie tekstów „Forum”: w okresie sprzed przejścia go przez wydawnictwo tygodnika „Polityka” i od czasu, gdy „Forum” znajduje się w rękach tego wydawnictwa.

Konkluzją niech będzie uwaga, że zrekonstruowany w niniejszym artykule niemiecki wizerunek Polski i Polaków nie musi (dokładnie) odpowiadać temu, co Niemcy myślą o Polsce o Polakach. Trzeba pamiętać, że media często żyją swoim życiem, kreują obraz świata, jaki im odpowiada, i nie zawsze zgodny jest on z obrazem świata przyjętym w konkretnym społeczeństwie. Odpowiedź na pytanie, jak Niemcy w rzeczywistości widzą Polskę i Polaków, wymaga dużo szerszych i dokładniejszych badań, nie tylko prasoznawczych czy medioznawczych, ale też choćby antropologicznych, socjologicznych i kulturoznawczych. ■

O AUTORZE:

mgr Agata Panas - w 2008 obroniła pracę magisterską pt. „Psychoanalyse in der Novellistik Arthur Schnitzlers“, napisaną pod kierunkiem prof. Marka Jaroszewskiego. W 2009 ukończyła studia licencjackie na kierunku Dziennikarstwo i komunikacja społeczna również na Uniwersytecie Gdańskim. Obecnie doktorantka Filologicznego Studium Doktoranckiego Uniwersytetu Gdańskiego. Pracowała jako korespondent w Radiu Gdańsk, obecnie pracuje jako reporterka w TVN24.

Zainteresowania naukowo-badawcze: system medialny w Niemczech, wzajemne relacje mediów i polityki, funkcjonowanie mediów w społeczeństwie demokratycznym, współczesne stosunki polsko-niemieckie.