

Pięćdziesiąt lat transformacji mediów (1989-1994). Materiały Pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Pod redakcją Aliny Słomkowskiej przy współpracy Elżbiety Ciborskiej, T. XXV. (dt. Fünf Jahre Medienwandel. 1989-1994. Hilfsmaterialien zur Neuesten Geschichte des Journalismus. Redaktion Alina Słomkowska und Elżbieta Ciborska)
Warszawa 1995, 461 S., ISBN 83-85466-68-1, Preis n. mitget.

Die Titelbezeichnung der ersten Bestandsaufnahme der Transformation der polnischen Medien nach dem politischen Wandel von 1989 ist insofern irreführend, als weder die behandelten Gattungen noch die Intention der Publikation benannt werden. Erst die Einführung der Herausgeber, die Fakultät für Journalistik und Politikwissenschaft der Warschauer Universität wie auch das Institut für Journalistik, verdeutlicht, daß die vorliegende Publikation den ersten umfassenden Versuch darstellt, die grundlegenden Umbrüche in der Medienlandschaft Polens in folgenden Bereichen zu dokumentieren: strukturelle Veränderungen in den Print- und elektronischen Medien, inhaltlicher Wandel in den überregionalen und regionalen Zeitschriften und Tageszeitungen, Funktionswandel in Rundfunk und Fernsehen, Minderheitenpresse in Polen, Entstehung neuer Zeitungen, Umstrukturierung alter Zeitungen, Freiheit des Wortes und deren Einschränkung unter den Bedingungen der Marktwirtschaft, zwei Länderstudien (Rußland, Weißrußland). Die 54 Einzelbeiträge, aus der Feder von Medienwissenschaftlern, Journalisten und Pressereferenten, stellen die bisher in Osteuropa umfangreichste Untersuchung über die Spezifik des Wandels von weitgehend staatlich kontrollierten Medien zu einer vielfältig geschichteten Informationslandschaft dar. Wie zwiespältig sich – gemessen an den Kriterien westlicher Pressefreiheit – die neue Situation offenbart, deutet das Vorwort des ehemaligen Präsidenten Lech Wałęsa an. Die Freiheit der Medien sei kein Wert

an sich, weil die marktwirtschaftlichen Prinzipien den Medien bestimmte Wertinhalte entzögen. Welche Auswirkungen der Antriebsmechanismus kapitalistischen Denkens auf sich transformierende Gesellschaften hat, beschreiben die Einzelanalysen. Sie verweisen in der Regel auf die wachsende Abhängigkeit vom ausländischen Kapital, das seit 1990 in den Print- und den elektronischen Medienbereich investiert hat. Die Prozentzahlen verdeutlichen eine beängstigende Entwicklung. Nach Marlewski befindet sich 80 % der Printmedien mit hohen Auflagen in den Händen des ausländischen Kapitals. Deshalb sei es auch eine Lüge, von der Unabhängigkeit der Presse und der öffentlichen Meinung zu reden. Auch die immer noch verbreitete Ansicht von der Presse als sog. vierter Macht sei eine Fiktion. Die Transformation der Medienlandschaft sei eine neue Uniformiertheit geworden. Viel dramatischer als die strukturellen Veränderungen der Printmedien (Reklame-Jargon, Herausbildung einer an Sprach- / Bildmustern der westlichen Presse orientierten Information, Verdrängung von nationalen Kulturmustern) erweist sich indes der rapide Verlust an Lesern. 70% der Polen informiert sich 1993 nur noch mit Hilfe von elektronischen Medien. Dieser Einbruch in die Lesekultur hat Konsequenzen für die Zeitungsmacher. Die nach 1990 stark angewachsenen regionalen, lokalen und überregionalen Zeitschriften/Zeitungentitel gruppieren sich um Leserschaften, für welche globale und lokale Informationspluralität entscheidend ist. Demokratische Willensbildung der Konsumenten, bei gleichzeitiger Verschärfung des Konkurrenzkampfes zwischen einzelnen Pressekonzernen, mit einer fatalen Folgeerscheinung: Die Zahl der arbeitslosen Journalisten wächst ebenso wie die Häufigkeit der Konkurse für kleinere Provinzzeitungen, die infolge des Anpassungsdruckes von den Pressehaien geschluckt werden.

Drei Entwicklungsphasen zeichnen sich – nach nunmehr sechsjähriger Transformation der polnischen Medien – ab: 1. 1989-1991: Phase der Auflösung staatlicher Medien; 2. 1991-1992: Herausbildung von Marktmechanismen; 3. 1993/94: offener Kampf um den Markt, Schaffung eines Rundfunk- und Fernsehengesetzes, Entstehung von Kabelfernsehen. Im Printmedien-Bereich kam es zu einer Reihe von überraschenden Erscheinungen. Einige Zeitungstitel, wie z.B. *Gazeta Wyborcza*, *Nie* und *Tina* katapultierten sich innerhalb von drei Jahren auf Spitzenpositionen; die Frauen-Presse erzielte riesige Quantitätssteigerungen, die Katholische Kirche entwickelte einen Medienverbund, um mit moderner Werbesprache ihre fluktuierenden „Kunden“ einzufangen, die Printmedien der nationalen und ethnischen Minderheiten erhielten ein pluralistisches Profil, Zeitschriften für sexuelle Minderheiten entstanden.

Von besonderem Interesse für westliche Medienforscher ist sicherlich eine Reihe von Einzelstudien, die der Entstehung einiger Zeitungen, Zeitschriften und Fernsehsender gewidmet sind. Sie verdeutlichen die Schwierigkeiten in einer Transformationsgesellschaft, eine Medienlandschaft aufzubauen, in der es nur wenig inländisches Kapital gab. Die Angebote der westlichen Medien-

konzerne erwiesen sich in der Anfangsphase als strukturfördernd, in der Zwischenzeit mehren sich die Anzeichen für eine wachsende Einmischung in Profilgestaltung (wie z.B. bei der großen Tageszeitung *Zycie Warszawy*) und die Inhalte einzelner Medien. Vor einer steigenden emotionalen Ablehnung der mit meist westlichem Kapital arbeitenden Pressekonzerne warnen einige der Verfasser dieser Studie. Sie erweist sich aufgrund ihrer empirischen Daten, einer Fülle von Einzelanalysen (Regional- und Lokalpresse), medienkritischer Darlegungen und historischer Rückblicke (Zensur und Presse, Presse der Solidarnosc-Bewegung in den achtziger Jahren) als gelungene Überblicksdarstellung der schwierigen Transformation von einer vorwiegend staatlich kontrollierten, uniformierten Presse zur pluralistischen Medienvielfalt der Republik Polen.

Wolfgang Schlott (Bremen)