

Agnieszka Szymańska

## SPIEGLOWSKI WIZERUNEK POLSKIEJ POLITYKI

Obecność mediów masowych odróżnia współczesną rzeczywistość społeczną i polityczną od przeszłej. Media operują informacją w obrębie społeczeństwa, stając się niezwykle istotne źródło wiedzy o publicznej sferze życia, w tym o polityce. W wysokim stopniu to właśnie od jakości medialnego obrazu rzeczywistości, a więc również rzeczywistości politycznej, czyli od sposobu prezentowania przez środki masowego przekazu poszczególnych wydarzeń, od stosowanych przez nie kryteriów selekcji w zakresie doboru publikowanych treści zależy czy w ogóle<sup>1</sup>, a jeśli, to jak postrzegana ona będzie przez opinię publiczną.

Stąd w literaturze fachowej coraz częściej i mocniej podkreśla się, iż rola współczesnych mediów przestała być wyłącznie informacyjna/opiniotwórcza, a związek przyczynowy pomiędzy wydarzeniem a przekazem na jego temat coraz częściej przybiera obecnie postać związku celowego<sup>2</sup>. Poprzez swój management informacyjny (swoiste zarządzanie informacją, czy mówiąc wprost: manipulowanie wydarzeniami) dzisiejsze media biorą aktywny udział w kreowaniu rzeczywistości<sup>3</sup>, zaś kwestia relacji pomiędzy rzeczywistością a jej medialnym wizerunkiem od

---

<sup>1</sup> W razie zaniechania informowania przez środki masowego przekazu o pewnym wydarzeniu natury politycznej istnieje duże prawdopodobieństwo, że w ogóle nie zaistnieje ono w świadomości społecznej. I odwrotnie: niewspółmiernie obfity do skali wydarzenia przekaz medialny na jego temat może/musi przyczynić się do nadmiernego wzrostu jego znaczenia społecznego. Sytuacja taka miała miejsce w początkowej fazie istnienia zachodnoniemieckiej partii Zielonych (die Grünen), a w Polsce np. w przypadku partii Samoobrona i osoby jej lidera Andrzeja Leppera.

<sup>2</sup> W przeszłości przekaz mediów opierał się na prostej zależności przyczynowo-skutkowej, zachodzącej pomiędzy przekazem medialnym (skutkiem) a zajściem danego wydarzenia (przyczyną). Dzisiaj coraz częściej media informują nie tylko o tzw. wydarzeniach naturalnych, ale i o takich, na których przebieg wpływało istnienie mediów (wydarzenia mediatyzowane), albo które istnienie mediów w ogóle wywołało (wydarzenia inscenizowane). W takiej sytuacji uzyskanie przekazu medialnego jest celem działań poszczególnych aktorów. Patrz H.-M. Kepplinger, *Ereignismangement*, Zurych 1992, s. 51-52.

<sup>3</sup> Por. m.in. H.-M. Kepplinger, *op. cit.*, a także: W. Schulz, *Medienwirklichkeit und Medienwirkung*, [w:] H. Hoffmann, *Gestern begann die Zukunft*, Darmstadt 1994. Oczywiście polityka, aktorzy polityczni nie pozostają obojętni na ten rozwój; por. W. Clement, *Zur Mediatisierung der Politik und Politisierung der Medien*,

początku lat 50. zajmuje badaczy procesu komunikacji społecznej i stała się inspiracją wielu hipotez (m.in. *agenda setting, framing, priming, refraction, new bias*, koncepcja mediatyzacji, koncepcja kultywacji i wiele innych). W kontekście polityki media przejmują wreszcie także pewne funkcje, które w przeszłości zarezerwowane były wyłącznie dla polityki, jak choćby stwarzania forum debaty publicznej, wymiany opinii<sup>4</sup>, hierarchizacji (i kreowania) bieżących potrzeb społecznych<sup>5</sup>. Media uruchamiają w ten sposób mechanizm podejmowania decyzji politycznych, a następnie monitorują jego przebieg. Jako jedne z najważniejszych ośrodków przekazu informacji w wymiarze międzynarodowym media masowe przejęły również w pewnym zakresie tradycyjne zadania korpusu dyplomatycznego i służb specjalnych, które w swej pracy obecnie nierzadko same bazują na przekazie informacyjnym środków masowego przekazu<sup>6</sup>. Media masowe uczyniły to przy tym tak skutecznie, że wielu autorów mówi dziś o *dyplomacji mediów*<sup>7</sup>. Jak wynika z obserwacji ostatnich wydarzeń (wyraźne ochłodzenie w stosunkach niemiecko-polskich), nie zawsze dzieje się to z pożytkiem i ku zadowoleniu służb dyplomatycznych<sup>8</sup>. Dlatego bardzo ciekawym obszarem badawczym jest kwestia jakości medialnego wizerunku Polski (ze szczególnym uwzględnieniem polskiej klasy politycznej), w przekazie mediów opiniotwórczych innych krajów, a w tym zwłaszcza państw ościennych.

Celem niniejszego artykułu jest ilościowa i jakościowa analiza wizerunku polskiego życia politycznego, prezentowanego na łamach niemieckiego magazynu informacyjnego „Der Spiegel”, będącego jednym z największych pod względem nakładu<sup>9</sup> i najważniejszych na niemieckim rynku tygodników opiniotwórczych. W pewnym zakresie rozważania te stanowią kontynuację wcześniejszych badań autorki<sup>10</sup>.

Tygodnik „Der Spiegel” jest tytułem opiniotwórczym, bardzo istotnym z punktu widzenia kreowania bieżącego dyskursu medialnego Niemiec, ponieważ z biegiem lat wypracował sobie pozycję tytułu-wyroczeni, który podejmując na swych łamach pewien temat, powoduje, iż ten staje się powszechnie dyskutowany i przejmowany przez inne media<sup>11</sup>.

[w:] *ibidem*; W. Schulz, *Politische Kommunikation*, Opladen 1997 [autor używa w odniesieniu do tego zjawiska terminu *podwójne dno*], oraz B. Baerns, *Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus?*, Kolonia 1985.

<sup>4</sup> Zwyczajowo funkcje tę wypełniał parlament. Tymczasem dzisiaj w dyskusjach toczonej w parlamentach niemal zawsze przytaczane są argumenty, które już wcześniej użyte i opublikowane zostały w mediach. Por. H.-M. Keppinger, *Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft*, Freiburg & Monachium 1998.

<sup>5</sup> Zagadnienie to szerzej przedstawiam [w:] A. Szymańska, *Between Politics and the Media. Political Communication – An Outline*, www.freeseurope.com, issue 1/2005, (10.06.2005).

<sup>6</sup> Zjawisko to bardzo ciekawie przedstawił A. Nowosad w referacie wygłoszonym na V Międzynarodowej Konferencji Naukowej Krakowskiej Szkoły Wyższej im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego (maj 2005).

<sup>7</sup> W polskiej literaturze fachowej czyni tak m.in. B. Ociepka, *Opinia publiczna*, [w:] B. Dobek-Ostrowska, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999, s. 78.

<sup>8</sup> Por. m.in. *Politycy stracili kontrolę nad dyplomacją*, „Newsweek”, 39/2004, s. 18-22.

<sup>9</sup> Nakład „Der Spiegel” wynosił w I kwartale 2003 r. 1,14 mln egz. (dane IVW-Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern), a jego zasięg czytelności osiągał w 2003 r. poziom 10,6 mln czytelników (dane AWA-Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse).

<sup>10</sup> Por. A. Szymańska, *Wizerunek Polski w Spiegelu w latach 1990-1999*, OBP UJ, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 3-4.

<sup>11</sup> Por. C. Koch, *Meinungsführer. Die Intelligenzblätter der Deutschen*, Berlin 1989; L. Brawand, *Die Spiegel-Story. Wie alles anfing*, Düsseldorf 1995; H. Meyn, *Massenmedien in Deutschland*, Konstanz 1999, a także R. Bartoszcze, *Prasa, radio, telewizja w krajach Unii Europejskiej*, Kraków 1997.

Tabela 1. Ilościowy rozkład publikacji na temat poszczególnych krajów sąsiedzkich Republiki Federalnej Niemiec w tygodniku „Der Spiegel” w latach 1990-2003 (w przypadku Polski – 2004).

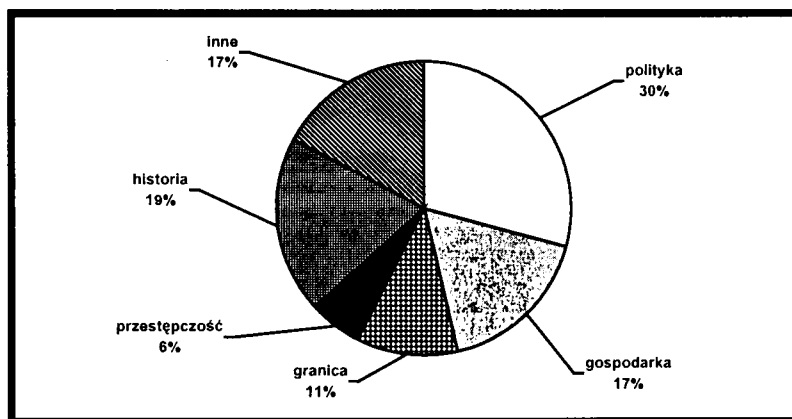
Rok/liczba	POLSKA		CZECHY		FRANCJA		BELGIA		HOLANDIA		LUKSEM- BURG		DANIA		SZWAJ- CARIA		AUSTRIA	
	publikacji	wydań	publikacji	wydań	publikacji	wydań	publikacji	wydań	publikacji	wydań	publikacji	wydań	publikacji	wydań	publikacji	wydań	publikacji	wydań
1990	46	32	22	17	131	48	8	8	6	6	-	-	3	3	29	17	42	31
1991	49	31	17	14	126	46	4	4	3	3	1	1	5	5	41	26	31	26
1992	40	31	35	25	131	50	6	6	7	6	5	5	7	6	34	25	36	24
1993	43	28	5	4	127	47	14	11	6	5	7	6	9	8	31	26	43	31
1994	46	32	-	-	156	50	7	7	4	4	8	8	5	5	46	32	56	33
1995	33	27	3	3	108	40	6	6	5	5	9	6	-	-	24	20	25	17
1996	31	25	1	1	72	39	16	13	4	4	1	1	8	4	20	15	15	12
1997	23	22	3	3	63	38	9	7	6	6	8	6	1	1	34	25	25	19
1998	22	18	4	3	70	42	6	4	3	3	1	1	9	8	21	18	31	23
1999	19	17	1	1	44	30	6	6	2	2	2	2	1	1	9	9	9	7
2000	14	14	-	-	56	36	7	5	18	16	3	3	10	9	39	26	36	26
2001	25	22	3	2	42	33	7	5	14	12	8	7	8	8	45	32	12	12
2002	14	14	7	7	41	29	4	4	16	13	3	3	11	11	36	26	13	12
2003	20	18	6	6	25	20	2	2	9	6	3	3	2	2	17	15	10	8
2004	32	12	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd
Suma do 2003	425	331	107	86	1192	548	102	88	103	91	59	52	79	71	426	312	384	281

Spiegłowski sposób przedstawienia Polski, Polaków, polskich elit politycznych ma więc, z uwagi na pozycję tego medium, istotne znaczenie z punktu widzenia stymulacji sposobu postrzegania naszego kraju przez społeczeństwo niemieckie, zwłaszcza w odniesieniu do jego elit<sup>12</sup>. Stąd kwestia, jaki obraz Polski prezentowany jest na jego łamach, a także, jak kształtował się on na przestrzeni kilku, a nawet kilkunastu ostatnich lat, stanowi niezwykle interesującą perspektywę badawczą.

<sup>12</sup> Tygodnik „Der Spiegel” jest zarówno najdłużej – 62 minuty – jak i najczęściej (75%) czytany tygodnikiem opinii przez niemieckich deputowanych. Por. H. Puhe, G. Würzberg, *Lust und Frust. Das Informationsverhalten der deutschen Abgeordneten*, Köln 1989, s. 43.

Analizie poddano pięć kompletnych roczników<sup>13</sup> „Der Spiegel”, począwszy od pierwszego wydania z 2000 roku, a skończywszy na ostatnim numerze roku 2004<sup>14</sup>. W tym czasie na temat naszego kraju publikowano w „Der Spiegel” 105 razy, w 80 wydaniach tygodnika. To oznacza, że temat Polski pojawiał się w – przeciętnie – co drugim numerze pisma<sup>15</sup>, zaś 15 wydań zawierało więcej niż jedną publikację na nasz temat. Jeśli porównamy te dane z częstotliwością spieglowskich publikacji na temat pozostałych sąsiadów Niemiec (tab. 1), to stwierdzić należy, że o Polsce pisano często (w porównaniu z Czechami, Belgią, Holandią, Luksemburgiem, czy Danią). Jedyne liczba publikacji dotyczących Francji, jedyne go sąsiada Niemiec porównywalnego z Polską pod względem liczby mieszkańców i powierzchni, jest prawie trzykrotnie wyższa. Nie budzi to jednak zdziwienia, jeśli zważyć na pozycję Francji na arenie międzynarodowej. Najbliższe polskim wartości uzyskały natomiast Szwajcaria i Austria. Należy przypuszczać, że przyczyną tego jest – w przypadku Austrii – przede wszystkim język, a Szwajcarii również jej znaczenie jako bardzo ważnego centrum bankowo-finansowego. Wśród zamieszczonych na łamach „Der Spiegel” treści o tematyce polskiej wyróżniono kilka kategorii tematycznych (rys. 1), które nawiązywały m.in. do zawartości klucza kategoryzacyjnego, wykorzystywanego przez autorkę do badań przekazu z lat 1990-1999<sup>16</sup>.

Rysunek 1. Rozkład publikacji dotyczących poszczególnych kategorii analizy wizerunku Polski na łamach „Der Spiegel” (2000-2004).



<sup>13</sup> W poprzednim etapie badań analizą objęto treść przekazu w latach 1990-1999.

<sup>14</sup> Wykorzystano wydania „Spiegla” 2000, 2001, 2002, 2003 na CD-ROM. Rok 2004 zbadano w oparciu o inny nośnik (wyszukiwarkę online), którego konstrukcja uniemożliwiła dokonanie porównania z innymi krajami.

<sup>15</sup> Dokładnie taką samą częstotliwość publikacji na temat Polski stwierdzono również w badaniach poprzednich, tj. w latach 1990-1999.

<sup>16</sup> Por. A. Szymańska, *Wizerunek Polski w Spieglu w latach 1990-1999*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 3-4.

Najwięcej publikacji dotyczyło kwestii politycznych, potem tych, które wiążą się z kwestią wspólnej granicy na Odrze i Nysie Łużyckiej, a następnie, kolejno: historycznych, gospodarczych i związanych z przestępczością. 83% wszystkich publikacji mieści się w pięciu wyróżnionych powyżej kategoriach tematycznych. Pełen zestaw tematów w pewnym koniecznym uproszczeniu ze względu na ich oczywistą – przy tej liczbie – różnorodność, zawiera poniższa tabela 2.

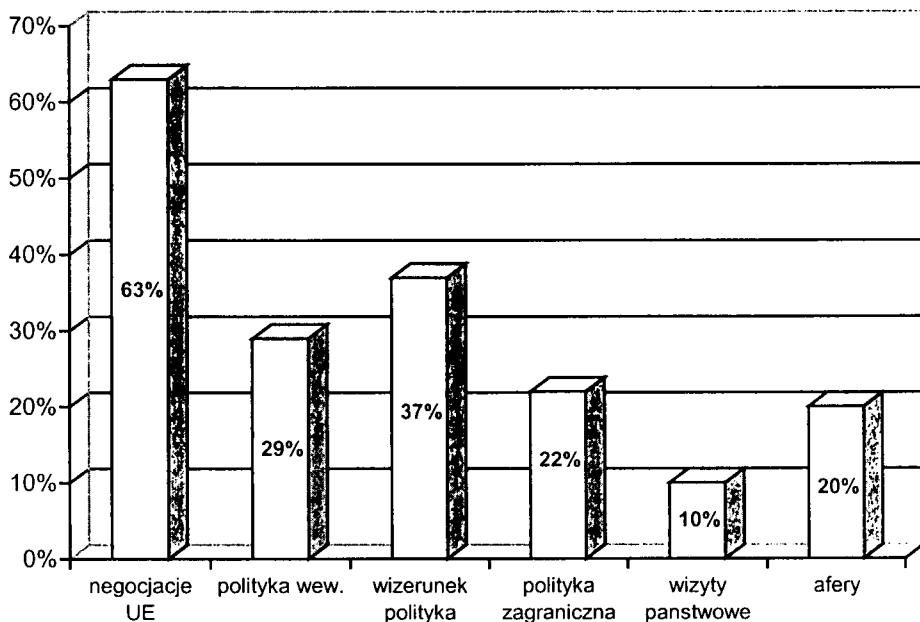
Tabela 2. Zawartość klucza kategoryzacyjnego – analiza „Der Spiegel”: wizerunek Polski 2000-2004.

KATEGORIA		PODKATEGORIA	suma	l.pub.
P <i>polityka</i>	S	struktury europejskie (polskie członkostwo w NATO, UE), negocjacje	26	41
	W	polityka wewnętrzna (posunięcia polityków)	12	
	P	wizerunek polityków	15	
	A	afery polityczne i korupcyjne (np. afera Rywina)	8	
	Z	polityka zagraniczna (np. stos. z USA)	9	
	B	wizyty państwowe	4	
E <i>gospodarka</i>	R	rolnictwo	7	24
	P	przemysł	4	
	Z	wizerunek / następstwa zmian (reform), w tym giełda	4	
	F	stan finansów państwa (m.in. „dziura budżetowa”)	3	
	B	obraz biedy społeczeństwa	3	
	G	polscy gąstarbeiterzy i inne spos. walki z biedą (+bazy amerykańskie)	6	
G <i>granica</i>	D	stosunki dobrosąsiedzkie	10	16
	E	polska granica wschodnia wschodnią granicą UE	2	
	M	turystyka medyczna i inne usługi przygraniczne	4	
K <i>przestępczość</i>	Z	przestępczość zorganizowana	5	9
	S	kradzież samochodów	2	
	K	grabieże z kościołów, rabunki na księżach, przestępczość księży	2	
	M	przestępczość młodocianych	2	
	H	handel „skórami”	1	
	G	korupcja	1	
H <i>historia</i>	W	kwestia wypędzonych	13	27
	P	przełom roku 1989 (koniec ery „Solidarności”)	5	
	D	zwrot dóbr kultury	3	
	B	Prusy	1	
	Ś	II wojna światowa	5	
	J	Jedwabne – mord na Żydach	2	
	Z	znęcanie się Polaków nad Niemcami po II wojnie światowej	1	
K	stan wojenny w Polsce	1		
I <i>inne</i>	K	kultura	3	25
	R	religia, religijność	4	
	W	papież Wojtyła (również jako tło prezentacji wydarzeń)	5	
	H	powódź	4	
	S	sport, w tym skoki narciarskie	1	
	I	inne (jasnowidz, neonaziści, test Deutsche Bahn, itp.)	7	

Z punktu widzenia tematu niniejszego artykułu najistotniejszym było zbadanie spieglowskiego wizerunku polskiej sceny politycznej.

W badanym okresie publikacje spieglowskie (w sumie 41 jednostek wypowiedzi prasowej) odnoszące się do polskiej polityki podzielić można na 6 kategorii. Ich procentowy<sup>17</sup> rozkład prezentuje wykres 1.

Wykres 1. Rozkład tematyczny publikacji na temat polskiej polityki na łamach „Der Spiegel” w latach 2000-2004.



Najwięcej publikacji (63%) dotyczyło szeroko pojętej tematyki przyszłego polskiego udziału w strukturach europejskich. W 2000 r. na łamach hamburskiego pisma najczęściej spotykać można się było przy tym z krytyką pod adresem Polski. Nasz kraj karcono głównie za zapóźnienia w zakresie przygotowań do przystąpienia do UE oraz pewne uciążliwości negocjacyjne (ze względu na zacofanie polskiego rolnictwa, niestabilną sytuację polityczną). W 2001 r. do tych zarzutów dochodzi jeszcze kontrowersyjna kwestia nieszczelności polskiej granicy wschodniej, a w 2002 r. obawy związane z rozwojem przestępczości zorganizowanej w Polsce oraz stanem polskich finansów publicznych. W 2003 r. bardzo mocno zaznacza się na łamach „Spiegla” negatywna ocena polskich stosunków z USA<sup>18</sup>, które zdaniem hamburskiej redakcji mają zdecydowanie niekorzystny wpływ na nasze relacje z państwami UE. Wszystkie te kwestie stanowiły w opinii „Spiegla”

<sup>17</sup> Publikacje często odnosiły się do kilku tematów, stąd suma przekracza 100%.

<sup>18</sup> W jednym z artykułów Polska nazywana jest nawet bardzo wymownie: „Trojanischer Esel” (osłem trojańskim), J. Puhl, *Triumph der Träume*, „Der Spiegel” 2003, nr 20.

bardzo poważny hamulec w polskim dążeniu do pełnego członkostwa w UE, przynajmniej niektóre z nich zaś mogły Polsce wręcz (za)szkodzić. Dopiero w 2004 r., kiedy to mimo obaw tygodnika, Polska staje się członkiem UE na łamach „Spiegla” opublikowanych zostaje kilka artykułów poświęconych codziennym, praktycznym aspektom polskiego członkostwa w Unii.

Kolejnym najczęściej wyróżnionym w spieglowskich publikacjach (blisko 37% jednostek wypowiedzi prasowej) wątkiem była prezentacja postaci poszczególnych polskich polityków. Na ich obraz złożyły się udzielane przez nich wywiady oraz komentarze ich dokonań zawarte w treści spieglowskich artykułów.

W badanym okresie polscy politycy siedmiokrotnie byli rozmówcami „Der Spiegel”. W 2000 r. opublikowano wywiad z Jerzym Buzkiem („Der Spiegel” nr 30), w czwartym numerze 2001 r. bardzo obszerny i niezwykle ciekawy wywiad z Władysławem Bartoszewskim (gdzie bardzo czytelny był ogromny szacunek dla jego osoby), w 2002 r. z Januszem Reiterem (nr 27), Bronisławem Geremekiem (nr 40) i – po raz pierwszy od 1989 r. – z premierem nie pochodzącym z obozu post-solidarnościowego – Leszkiem Millerem (nr 36). Dwukrotnie gościem „Spiegla” był również Aleksander Kwaśniewski (18/2003, 2004<sup>19</sup>). Warto przy tej okazji zauważyć, że w przeciwieństwie do pierwszych 10 lat po przełomie (1989-1999), kiedy to najwyraźniej obecnym polskim politykiem na łamach hamburskiego tygodnika był Lech Wałęsa, w latach 2000-2004 najczęściej pojawiało się nazwisko Aleksandra Kwaśniewskiego. Klimat wszystkich wywiadów cechowała przede wszystkim daleko posunięta rzeczowość, zadawane pytania były dociekliwe, ale pozbawione agresji, stąd nastawienie redakcji nie jest jednoznacznie czytelne i służyło raczej przybliżeniu postaci polskich polityków niemieckiemu czytelnikowi.

W tym aspekcie najwyraźniej stanowisko Spiegla wobec polskiej sceny politycznej/polityków odczytać można było więc przede wszystkim w publikacjach zawierających komentarze do bieżących wydarzeń w Polsce. Nie jest to jednak niestety wizerunek pozytywny. Wnikliwy obserwator polskiej sceny politycznej musi zdawać sobie jednak sprawę, że nie działa się tak z winy redakcji hamburskiego tygodnika. Nawet, jeśli wziąć pod uwagę szczególnie krytyczny zwykle charakter publikacji „Spiegla”.

Tak oto w 2000 r. na łamach „Spiegla” pojawia się publikacja informująca o wprowadzeniu zakazu spożywania w polskim sejmie alkoholu (nr 8). Dwukrotnie zaprezentowany zostaje także dość nieprzyjemny obraz końca ery „Solidarności” (32/2000, 33/2001). Niedobłą prasą cieszyli się również polscy szefowie rządów. Premier Buzek ukazywany był jako twórca kryzysu budżetu państwa (34/2002), a Leszek Miller jako człowiek niezdolny do politycznego kompromisu (48/2002), a – sądząc po efektach pracy jego gabinetu – również sprawowania rządów w ogóle (30/2003, 41/2003). Bardzo szkodliwy dla wizerunku polskiej elity politycznej był w końcu intensywnie obecny na łamach „Der Spiegel” temat afer (głównie afery Lwa Rywina), który przewijał się w aż co piątej (*sic!*) publikacji na temat polskiej sceny politycznej. Polska elita polityczna jawiła się jako sitwa, rodzaj

---

<sup>19</sup> Wydanie z 26 kwietnia.

koterii połączonej siecią nieformalnych układów z pogranicza prawa (świat przestępczy) i służb specjalnych. Wizerunku tego na pewno nie poprawił artykuł traktujący o fenomenie wschodnioeuropejskich populistów, rozpoczynający się od obszernej prezentacji postaci Andrzeja Leppera (2004<sup>20</sup>).

Ten negatywny obraz dopełnia niestety dość krytycznie prezentowany zestaw dokonań poszczególnych ekip rządowych (odniesienie do polityki wewnętrznej znalazło się w blisko co trzeciej – 29% – jednostce wypowiedzi prasowej traktującej o polskiej polityce). Przekazy dotyczące zmian rządów (premierzy Buzek, Miller, Belka) i towarzyszących im posunięć politycznych liderów ugrupowań przejmujących lub przekazujących władzę składały się w sumie na obraz polityki uprawianej w sposób doraźny i bez wizji. „Der Spiegel” wskazywał także na zbyt wielki, zdaniem hamburskiej redakcji, wpływ kościoła katolickiego na polską politykę, zauważając jednocześnie, że nie przekłada się on na jakość życia społecznego (14/2000).

Obraz polskiej sceny politycznej w kontekście polityki zagranicznej (22% przekazów) zdominowała natomiast krytyka polskiego, nadmiernego w opinii zespołu redakcyjnego „Spiegla”, braterstwa z USA. Wszystkie publikacje w tej kategorii odnosiły się do tego tematu. Wyrażano m.in. obawy, iż ta nadgorliwa wdzięczność Polaków wobec Amerykanów może być przyczyną, dla której Polska jako członek UE nie będzie jej lojalna, lecz będzie pełnić rolę swoistego szpiega USA wewnątrz struktur unijnych (13/2000). Niezrozumiały dla redakcji „Spiegla” był też polski udział w operacji w Iraku (14/2003; 18/2003).

Niejakim pocieszeniem dla polskiego czytelnika może być natomiast fakt, że nieco mniej krytycznie, niżli miało to miejsce w przypadku badań przekazu w latach 1990-1999, tygodnik „Der Spiegel” informował o przebiegu polsko-niemieckich wizyt państwowych. W przypadku pierwszej wizyty kanclerza Gerharda Schrödera (50/2000) skupiono się głównie na analizie wielkości innego socjaldemokratycznego kanclerza RFN, Willy Brandta, i na wskazywaniu w tym kontekście deficytów Schrödera. W przypadku drugiej wizyty (2004<sup>21</sup>) akcentem przewodnim przekazu stała się kwestia kanclerskiej deklaracji w sprawie niemieckich ziomkostw wypędzonych i ich reakcji na ten akt. Bardzo korzystna dla Polski była natomiast relacja z pierwszej wizyty zagranicznej nowego wówczas prezydenta Niemiec Horsta Köhlera, celem której stał się nasz kraj (2004<sup>22</sup>). Jej przebieg porównano (z korzyścią dla Polski) z kolejną prezydencką wizytą, we Francji, której klimat określono jako dużo chłodniejszy.

Reasumując zauważyć należy, że obraz polskiej sceny politycznej/polskich polityków na łamach hamburskiego tygodnika nie jest korzystny, a w pewnym sensie uległ nawet pogorszeniu. Dominujący w latach 1990-1999 wizerunek polskiego polityka, jako swoistego amatora-debiutanta na arenie politycznej, nie mającego wprawy i pozbawionego obycia ustąpił obecnie wizji polityka uwikłanego w sieć nieformalnych, na pograniczu legalności, powiązań, które są postrzegane

---

<sup>20</sup> Wydanie z 24 maja.

<sup>21</sup> Wydanie z 9 sierpnia.

<sup>22</sup> Wydanie z 19 lipca.



jako zagrożenie. Ten „poprzedni” polityk mógł budzić uśmiech, politowanie, „obecny” uzasadnione obawy partnerów. Także sposób uprawiania polityki w Polsce (przykłady prywaty, partyjniactwa, czy wreszcie zwykłego warcholstwa) budzi znaczne wątpliwości zespołu redakcyjnego „Der Spiegel”.

Pocieszający może być jedynie fakt, że w sumie, jeśli wziąć pod uwagę treść przekazów dotyczących Polski w odniesieniu do innych tematów, to poza sferą polityki nasz kraj coraz częściej postrzegany jest w kategoriach normalności. Jednak wizerunek polskiej elity politycznej jest zdecydowanie niekorzystny. Warto natomiast jeszcze raz podkreślić, iż nie wydaje się to wynikać z jakiejś „programowej” niechęci redakcji „Der Spiegel” wobec Polski. Być może należałoby wobec tego zaprosić przedstawicieli polskiej sceny politycznej do wnikliwszej lektury hamburskiego tygodnika?