

Transformation und Entwicklungsprozess des Mediensystems in Polen von 1989 bis 2001

Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades
des Doktors der Philosophie (Dr. phil.) im Fach Journalistik der Fakultät 15
Kulturwissenschaften an der Universität Dortmund

vorgelegt von
Dipl.-Journ. Katharina Hadamik

Juli 2003

Gutachter:
Prof. Dr. Gerd G. Kopper (Universität Dortmund)
Prof. Dr. Hans Bohrmann (Universität Dortmund)

Inhaltsverzeichnis

VORBEMERKUNG	5
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	6
KURZZUSAMMENFASSUNG	8
EINFÜHRUNG	9
KAPITEL I: TRANSFORMATIONSFORSCHUNG	14
1. Theoretische Fragestellungen und Erklärungsansätze zur allgemeinen Transformation in postkommunistischen Ländern	14
1. 1. Begriffsklärung	14
1. 2. Orientierungsbestimmung: Eine Transformation – Wohin?	16
1. 3. Erklärungsansätze zur Transformation in postkommunistischen Ländern	22
1. 4. Die retrospektive Betrachtung: Transformationspfade in postkommunistischen Ländern	31
2. Theoretische Fragestellungen und Untersuchungsansätze zur Medientransformation in postkommunistischen Ländern	40
2. 1. Was Transformation in den Medien bedeutet	40
2. 2. Entwicklungsoptionen für Medien	42
2. 2. 1. Die Adaption westlicher Modelle	42
2. 2. 2. Eine Erneuerung der Kommunikationsordnung	50
2. 3. Der politisch-mediale Transformations-Parallelismus	54
2. 4. Die Transformationsstufen	57
2. 5. Die Transformationspfade	58
KAPITEL II : SYSTEMWECHSEL UND TRANSFORMATION IN POLEN	64
1. Auf Konfrontationskurs: Der kommunistische Staat und die polnische Bevölkerung	64
2. Der friedliche Umbruch und der ausgehandelte Systemwechsel von 1989	68
3. Die politische Transformation seit 1989	72
4. Polen – zwölf Jahre nach dem Umbruch	79
KAPITEL III: DIE MEDIEN IN DER VOLKSREPUBLIK POLEN (1944 BIS 1989) – ZWISCHEN PROPAGANDA UND EINER STIMME DER BEVÖLKERUNG	85
1. Die Phase der semi-pluralistischen Medien (1944-1948)	85
2. Die Phase der monolithischen Medien (1949-1954)	88
3. Die Phase der instrumentalisierten Medien (1955-1976)	91
4. Die Phase der dualistischen Medien (1976-1989)	96
5. Strukturelle Spezifika	103

6. Presserechtliche Grundlagen und Zensurbestimmungen	106
KAPITEL IV: TRANSFORMATIONSBEGINN UND DER VERÄNDERTE RECHTSRAHMEN	110
1. Der ausgehandelte Medien-Kompromiss	110
2. Die Medienfreiheit nimmt Konturen an: Die Abschaffung der Zensur und weitere Rechtsakte	115
3. Pressefreiheit in Polen	120
KAPITEL V: TRANSFORMATION UND ENTWICKLUNGSPROZESS IN DER PRESSE	123
1. Von oben verordneter Pluralismus: Die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft	123
1. 1. Wem gehört die Presse und wer soll sie bekommen?	123
1. 2. Das Gesetz über die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft	127
1. 3. Die Liquidierungskommission nimmt ihre Arbeit auf	129
1. 4. Die Publikationen der Arbeiterverlagsgenossenschaft kommen in neue Hände	132
1. 5. Die Presselandschaft nach der Privatisierungs-Schlacht – Eine Bilanz	141
1. 6. Die Kritik an der Auflösung des RSW-Konzerns und die Standpunkte der Liquidierungskommission	146
2. Die Entwicklung des Pressemarktes seit 1991: Die Kräfte des freien Marktes definieren die Struktur	150
2. 1. Tageszeitungen	152
2. 1. 1. Die alten überregionalen und regionalen Titel	155
2. 1. 2. Die neuen überregionalen und regionalen Titel	158
2. 1. 3. Überblick über den polnischen Tageszeitungsmarkt	161
2. 1. 4. Bunter, umfangreicher, lokaler und Service-orientierter: Veränderungen in polnischen Tageszeitungen	166
2. 2. Zeitschriften und Wochenzeitungen	166
2. 2. 1. Die Frauenzeitschriften	169
2. 2. 2. Die Männerzeitschriften	172
2. 2. 3. Politische, meinungsbildende Zeitschriften	173
2. 2. 4. Kulturelle Publikationen	175
2. 2. 5. Kinder- und Jugendzeitschriften	176
2. 2. 6. Boulevard- und Sensationsmagazine	178
2. 2. 7. TV-Programm-Zeitschriften	179
2. 2. 8. Wirtschaftspresse	179
2. 2. 9. Computer-Zeitschriften und andere Special-Interest-Magazine	180
2. 3. Die lokale Presse	181
2. 4. Die katholische Presse	183
3. Tendenzen im Leserverhalten	187
4. Auf dem polnischen Pressemarkt vertretene Verlage – Stärke durch Gemeinsamkeit	189
KAPITEL VI: TRANSFORMATION UND ENTWICKLUNGSPROZESS IM RUNDFUNK	191
1. Die Rundfunktransformation – Auf der Suche nach einem konsensfähigen neuen Modell	191
1.1. Der staatliche Rundfunk als ein transformationsresistentes Relikt	191
1. 2. Der Reform-Stau birgt Eigendynamik: Die Pioniere und Piraten wollen nicht warten	196
1. 3. Die Rundfunk-Reform von 1992: Ein langer Weg zum Konsens	199
1. 4. Das Rundfunkgesetz vom 29. Dezember 1992	203
1. 5. Das neue Rundfunkgesetz tritt in Kraft	213
1. 6. Die Anfangsjahre nach der Rundfunkreform: Machtkämpfe um Posten und Lizenzen	216

1. 7. Die neue duale Rundfunkordnung ab 1995: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk bleibt Spielball der Politik	221
1. 8. Die neue duale Rundfunkordnung ab 1995: Privater Rundfunk ist auf dem Vormarsch	226
1. 9. Der Nationale Rundfunkrat – Ein Schauplatz politischer Scharmützel	230
2. Der polnische Hörfunkmarkt	235
2. 1. Das öffentlich-rechtliche Polnische Radio	235
2. 2. Die privaten Hörfunksender	240
2. 2. 1. Kommerzielle Hörfunksender	240
2. 2. 2. Katholische Hörfunksender	245
2. 3. Tendenzen im Radioangebot und Hörerverhalten	250
3. Der polnische Fernsehmarkt	252
3. 1. Das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen	252
3. 2. Das private Fernsehen	259
3. 2. 1. Lizenzierte kommerzielle Sender	259
3. 2. 2. Lizenzierte katholische Sender	269
3. 2. 3. Nicht lizenzierte private Fernsehsender in Polen	272
3. 3. Digitales Fernsehen	275
3. 4. Satelliten- und Kabelfernsehen	277
3. 5. Tendenzen im Fernsehangebot und Zuschauerverhalten	279
KAPITEL VII: ÖKONOMISCHE UND MEDIENPOLITISCHE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DIE ENTWICKLUNG DER POLNISCHEN MEDIEN	281
1. Der polnische Werbemarkt: Medienvielfalt und Medienboom durch kletternde Werbebudgets	281
2. Ausländisches Kapital – Modernisierung und Expansion durch Investitionen	286
2. 1. Ausländische Investitionen in der tagesaktuellen Presse	289
2. 2. Ausländische Investitionen in Zeitschriften	293
2. 3. Ausländische Investitionen im Rundfunk	295
3. Die polnische Medienpolitik	298
KAPITEL VIII: TRANSFORMATION UND ENTWICKLUNGSPROZESS IN DEN MEDIEN – UNTERSUCHUNGSRASTER: DER POLNISCHE PFAD	301
1. Der äußere Rahmen der Medientransformation	301
2. Die Medientransformation	306
2. 1. Legislative und strukturelle Ebene	306
2. 2. Ökonomische Ebene	308
2. 3. Ebene Staat, Machteliten und Medien	310
2. 4. Presse	311
2. 5. Rundfunk	314
3. Die Transformationsstufen und Prozessschritte	318
KAPITEL IX: TRANSFORMATION UND ENTWICKLUNGSPROZESS IN DEN POLNISCHEN MEDIEN – EIN RESÜMEE	321
LITERATUR	335

Vorbemerkung

An dieser Stelle möchte ich meinen beiden Betreuern, Prof. Dr. Gerd G. Kopper und Prof. Dr. Hans Bohrmann vom Institut für Journalistik der Universität Dortmund, für ihre ununterbrochene und wichtige fachliche und persönliche Unterstützung danken.

Ebenfalls danken möchte ich meinen vielen Kollegen und Kolleginnen in Polen, darunter Paweł Planeta und Dr. Richard Filas (Krakau), Dr. Marek Jachimowski und Dr. Ilza Kowol (Kattowitz) sowie Dr. Karol Jakubowicz (Warschau). Ihre Unterstützung bei Sachfragen hat in großem Maße dazu beigetragen, die polnische Situation zu verstehen und sie als eine Außenbeobachterin einzuordnen.

Schließlich gilt mein Dank meinen Eltern, die mich immer wieder ermutigt und mir in jeglicher Hinsicht geholfen haben, sowie meinem Mann Jan, der trotz der von mir zwangsweise verordneten Isolation nicht geklagt, sondern fest an mich geglaubt und mich unterstützt hat.

Abkürzungsverzeichnis

<i>AWS</i> (Akcja Wyborcza Solidarność)	Wahlaktion Solidarność
<i>AWSP</i> (Akcja Wyborcza Solidarność Prawicy)	Wahlaktion Solidarność der Rechten
<i>BBWR</i> (Blok Bezpartyjny Wspierający Reformy)	Parteiloser Block zur Unterstützung der Reformen
<i>CUR</i> (Centralny Urząd Radiofonii)	Zentralbehörde für den Rundfunk
<i>EBRD</i> (European Bank for Restruction and Development)	Europäische Bank für Wiederaufbau und Entwicklung
<i>ENPA</i> (European Newspaper Publishers' Association)	Verband Europäischer Zeitungsverleger
<i>IWF</i>	Internationaler Währungsfond
<i>FPD</i> (Forum Prawicy Demokratycznej)	Forum der demokratischen Rechten
<i>KGB</i>	Komitee für Staatssicherheit
<i>KOR</i> (Komitet Obrony Robotników)	Komitee zur Verteidigung der Arbeiter
<i>KLD</i> (Kongress Liberalno-Demokratyczny)	Liberal-Demokratischer-Kongress
<i>KPdSU</i>	Kommunistische Partei der Sowjetunion
<i>KPN</i> (Konfederacja Polskiej Niezależnej)	Konföderation Unabhängiges Polen
<i>KRRiT</i> (Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji)	Nationaler Rundfunkrat
<i>KSS</i> (Komitet Samoobrony Społecznej)	Komitee für gesellschaftliche Selbstverteidigung
<i>LPR</i> (Liga Polskich Rodzin)	Liga der Polnischen Familien
<i>MN</i> (Mniejszość Niemiecka)	Deutsche Minderheit
<i>NATO</i> (North Atlantic Treaty Organisation)	Nordatlantikvertrag-Organisation
<i>NIK</i> (Najwyższa Izba Kontroli)	Oberste Kontrollkammer
<i>OECD</i> (Organisation for Economic Cooperation and Development)	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
<i>OIGKK</i> (Ogólnopolska Izba Gospodarcza Komunikacji Kablowej)	Gesamtpolnische Wirtschaftskammer für Kabelkommunikation
<i>OKP</i> (Obywatelski Klub Palamentarny)	Parlamentarischer Bürgerklub
<i>OPZZ</i> (Ogólnopolskie Związki Zawodowe)	Gesamtpolnische Gewerkschaften
<i>OSZE</i>	Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa
<i>PAIZ</i> (<i>Polska Agencja Inwestycji Zagranicznych</i>)	Polnische Agentur für Auslandsinvestitionen
<i>PAP</i> (Polska Agencja Prasowa)	Polnische Presse-Agentur
<i>PC</i> (Porozumienie Centrm)	Zentrumsallianz
<i>PiS</i> (Prawo i Sprawiedliwość)	Recht und Gerechtigkeit
<i>PKLD</i> (Parlamentarny Klub Lewicy Demokratycznej)	Parlamentarischer Klub der Demokratischen Linken
<i>PO</i> (Platforma Obywatelska)	Bürgerplattform
<i>PPPP</i> (Polska Partja Przyjacieli Piwa)	Polnische Partei der Bierfreunde
<i>PPR</i> (Polska Partja Robotnicza)	Polnische Arbeiter-Partei
<i>PPS</i> (Polska Partja Socjalistyczna)	Polnische Sozialistische Partei

PR (Polskie Radio)	Polnisches Radio
PSL (Polskie Stronnictwo Ludowe)	Polnische Bauernpartei
PVAP	Polnische Vereinigte Arbeiter-Partei
PZPR (Polska Zjednoczona Partia Robotnicza)	Polnische Vereinigte Arbeiter-Partei
ROAD (Ruch Obywatelski Akcja Demokratyczna)	Bürgerliche Bewegung Demokratische Aktion
ROP (Ruch Odbudowy Polski)	Bewegung für den Wiederaufbau Polens
RSW (Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza)	Arbeiterverlagsgenossenschaft
SD (Stronnictwo Demokratyczne)	Demokratische Partei
SDP (Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich)	Vereinigung Polnischer Journalisten
SdRP (Socjaldemokracja Rzeczypospolitej Polskiej)	Sozialdemokratie der Republik Polen
SDRP (Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej)	Vereinigung von Journalisten der Republik Polen
SLD (Sojusz Lewicy Demokratycznej)	Demokratische Linksallianz
TVP (Telewizja Polska)	Polnisches Fernsehen
UD (Unia Demokratyczna)	Demokratische Union
UOKiK (Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów)	Amt zum Schutze des Wettbewerbs und der Verbraucher
UP (Unia Pracy)	Arbeitsunion
UPR (Unia Polityki Realnej)	Union für Realpolitik
UW (Unia Wolności)	Freiheitsunion
WAK (Wyborcza Akcja Katolicka)	Katholische Wahlaktion
WAN (World Association of Newspapers)	Weltverband der Zeitungen
WRON (Wojna Rada Obrony Narodowej)	Militärrat zur Nationalen Rettung
WTO (World Trade Organisation)	Welthandelsorganisation
ZChN (Zjednoczenie Chrześcijańsko-Narodowe)	Christlich-Nationale Vereinigung
ZPR (Zjednoczone Przedsiębiorstwa Rozrywkowe)	Vereinigte Unterhaltungs-Betriebe
ZSL (Zjednoczone Stronnictwo Ludowe)	Vereinigte Bauernpartei

Kurzzusammenfassung

Die Loslösung vom Kommunismus und der Übergang in eine andere Ordnung, in ein neues System, kennzeichnen einen Prozess, der sich seit Ende der achtziger Jahre des letzten Jahrhunderts in den ehemaligen Ostblock-Staaten vollzieht und der in der Fachdiskussion als *Transformation* oder *Transition* bezeichnet wird. Der spezifische Transformationsverlauf und der Entwicklungsprozess des Mediensystems in Polen sind Gegenstand der Analyse der vorliegenden Arbeit.

Zugrunde gelegt wurden die theoretischen Erklärungsansätze sowie die mittlerweile vorliegenden empirischen Erkenntnisse der internationalen Politik- und Sozialwissenschaften, um relevante Faktoren, die den Verlauf der allgemeinen postkommunistischen Transformationsentwicklung flankieren und prägen, zu identifizieren und diese externen Parameter in die Analyse der medienbezogenen Transformation miteinzubeziehen. Diese Herangehensweise wurde gewählt, weil eine isolierte Betrachtung von Medienentwicklungen die Gefahr birgt, dass medienbezogene Transformationsverläufe zwar abgebildet werden können, die Logik und die Zusammenhänge der Prozesse jedoch im Verborgenen bleiben. Für die Analyse der Medientransformation konnte ein Untersuchungsgerüst entwickelt werden, das sowohl in der Lage ist, die besonderen historisch-kulturellen Voraussetzungen und politischen, ökonomischen und soziokulturellen Rahmenbedingungen zu erfassen, als auch die verschiedenen Ebenen des Transformations- und Entwicklungsprozesses in den Medien abzubilden. Das entwickelte Methodeninstrumentarium ermöglicht, nationalspezifische Transformations- und Entwicklungspfade zu identifizieren.

Der Wandel des polnischen Mediensystems wurde in der deutschen Fachliteratur bislang lediglich in Teilaspekten dargestellt. Die vorliegende Arbeit geht darüber weit hinaus und bietet erstmals eine in die internationale, interdisziplinäre theoretische Transformationsdebatte eingebettete und detaillierte Analyse des Transformations- und Entwicklungsprozesses in den polnischen Medien. Die Hauptstränge der Transformation in der Presse und im Rundfunk wurden herausgearbeitet und die wesentlichen Merkmale des polnischen Entwicklungspfad im Kontext der allgemeinen Transformation in postkommunistischen Ländern aufgezeigt.

Das Fazit der vorliegenden Arbeit lautet, dass die polnischen Medien – analog zu dem erfolgreichen allgemeinen Transformationsverlauf Polens – die Fesseln der kommunistischen Ordnung schnell abschütteln konnten. Es fand ein weit reichender Wandel des Mediensystems – seiner Grundlagen, Strukturen und Funktionsweisen – statt. Entsprechend der allgemeinen Transformationsperspektive Polens hat sich auch das Mediensystem im Laufe der neunziger Jahre Schritt für Schritt unterschiedlichen westeuropäischen Medienrealitäten angenähert, wobei es gleichzeitig verschiedene polnische Spezifika aufweist. Angesichts dieser Transformationsentwicklung wird deutlich, dass herkömmliche Ost-West-Klassifizierungen der Mediensysteme einer Revision bedürfen, und dass es nicht mehr angemessen ist, Polen wie selbstverständlich in Osteuropa zu positionieren.

Einführung

Das Jahr 1989 markiert eine Zäsur in der europäischen Geschichte des letzten Jahrhunderts. Nach rund vier Jahrzehnten Spaltung zwischen Ost und West begannen die kommunistischen Systeme Ost- und Mitteleuropas zu bröckeln, wobei schließlich alle Volksrepubliken des ehemaligen Ostblocks von dieser Welle miterfasst wurden. Die Loslösung vom Kommunismus und der Übergang in eine andere Ordnung, in ein neues System, kennzeichnen einen Prozess, der sich seit Ende der achtziger Jahre in den ehemaligen Ostblock¹-Staaten vollzieht und der in der Fachdiskussion als *Transformation* oder *Transition* bezeichnet wird. Der Prozess des Übergangs, Systemwandels und Systemwechsels umfasst neben Veränderungen in den Bereichen Politik, Wirtschaft, Justizwesen, Sozialwesen, Gesellschaft und Kultur auch den Mediensektor. Die Medien in postkommunistischen Ländern befanden und befinden sich zum Teil immer noch in einem tiefgreifenden Wandel. Der spezifische Transformationsverlauf und der Entwicklungsprozess des Mediensystems in Polen sind Gegenstand der Analyse der vorliegenden Arbeit. Im Vordergrund stehen folgende zentrale Fragestellungen:

1. Welche Entwicklungsoptionen existierten nach dem politischen Umbruch und welche Optionen wurden umgesetzt?
2. In welcher Weise wurden bestehende Strukturen verändert und wie haben sich polnische Massenmedien, also die Presse und der Rundfunk, entwickelt?
3. Welche Faktoren spielten im Transformations- und Entwicklungsprozess der polnischen Presse und des polnischen Rundfunks eine bedeutende Rolle?

Die theoretische Erfassung der sich nach 1989 vollziehenden Transformations- und Entwicklungsprozesse stellt seit den *revolutionären* Umbrüchen eine Herausforderung für die Wissenschaft dar. Anfang der neunziger Jahre zeigten sich Politik- und Sozialwissenschaftler, die einen derart radikalen und rapide verlaufenden Zusammenbruch des kommunistischen Systems in keinem ihrer theoretischen Modelle oder Konzepte auch nur annäherungsweise prognostiziert hatten, zunächst ratlos (vgl. von Beyme 1994 : 99; Offe 1994b : 235; Tzankoff 2001 : 9; Ekiert 1999). Die einsetzende postkommunistische Transformationsforschung konzentrierte sich folgerichtig auf zwei Bereiche:

1. auf die Aufarbeitung der Vergangenheit, also Ursachensuche, warum der Kommunismus gescheitert ist;
2. auf die Entwicklung theoretischer Transformationsmodelle und auf die Suche nach theoretischen Erklärungsansätzen mit dem Ziel, mögliche Szenarien entwickeln und Entwicklungspotenziale und -prozesse vorhersagen zu können.

¹ Da Deutschland wiedervereinigt wurde, stellt die DDR im Rahmen der Transformationsprozesse in den ehemaligen Ostblockstaaten einen Sonderfall dar.

„Dem Aufklärungsbedarf über Osteuropa entspricht ein [...] großer Erwartungsdruck, wenn die Zusammenbrüche schon nicht vorhergesagt wurden, nun wenigstens eine ‚Transformationstheorie‘ zu liefern.“ (Mattusch 1996 : 3) Klaus von Beyme (1994 : 99) sprach im gleichen Zusammenhang von einer „boomenden Forschungsindustrie“, die der Zusammenbruch des so genannten *realen Sozialismus* ausgelöst habe. Vor allem im Laufe der neunziger Jahre, aber auch darüber hinaus sind international mehrere tausend wissenschaftliche Beiträge zur Transformation in postkommunistischen Ländern veröffentlicht worden. Das Phänomen des Übergangs vom Kommunismus in eine andere Ordnung wurde interdisziplinär angegangen, so dass mittlerweile eine große Bandbreite theoriegeleiteter Erklärungsmodelle und deskriptiver Analysen – darunter von Sozial-, Politik- und Kommunikationswissenschaftlern, Philosophen und Ökonomen – vorliegt. Es ist der Transformationsforschung relativ erfolgreich gelungen, Ursachenforschung für den Zusammenbruch des Kommunismus zu betreiben (vgl. von Beyme 1994 : 51ff.; Merkel 1999 : 63; Jakubowicz o. J. : 36ff.). Was den anderen Forschungsschwerpunkt anbelangt, so zeichnet es sich ab, dass die Entwicklung einer universalen kohärenten Transformationstheorie ein ehrgeiziges Forschungsziel geblieben ist: Die stattfindenden Prozesse sind offenbar zu vielschichtig und zu komplex und darüber hinaus in einem zu bedeutenden Maße national determiniert, um übergreifend erfasst und gedeutet werden zu können. Den verschiedenen Fachrichtungen der Transformationsforschung ist es aber gelungen, eine Reihe unterschiedlicher Ansätze zu entwickeln, die dabei helfen können, Teilaspekte der sich vollziehenden Prozesse zu verstehen und Verlaufsmuster zu identifizieren. Sie werden im ersten Kapitel² der vorliegenden Arbeit aufgegriffen und bei der Entwicklung eines neuartigen Analyserasters für Transformationsverläufe in postkommunistischen Medien zugrunde gelegt.

Diese Herangehensweise, nämlich die Erweiterung des theoretischen Referenzrahmens auf Erklärungsmodelle und Forschungsansätze sowie auf bereits vorliegende empirische Erkenntnisse der internationalen Politik- und Sozialwissenschaften, ist bei der Analyse der medienbezogenen Transformationsprozesse in postkommunistischen Ländern unerlässlich: Da Medien keine autonomen Subsysteme darstellen, sondern immer in das politische, gesellschaftliche, soziale und kulturelle Gesamtgefüge eingebettet sind, muss man den Transformations- und Entwicklungsprozess im Mediensektor folgerichtig an die politische und sozioökonomische Entwicklung gekoppelt sehen und im gesellschaftlichen Gesamtkontext betrachten. Eine wichtige Beobachtung im Zusammenhang mit der Frage, inwiefern die traditionelle Kommunikations- und Medienwissenschaft zur Aufklärung der Mechanismen und Entwicklungsprozesse in ost- und mitteleuropäischen Medien beitragen kann, machte John Downing (1996 : 179ff.). Er stellte fest, dass *klassische*³ Kommunikations- und Medientheorien nicht geeignet seien, den medienbezogenen Transformationsprozess zu verdeutlichen oder gar Erklärungsansätze für die Logik der sich vollziehenden Prozesse zu liefern, da sie traditionell im Kulturkontext der *westlichen* Welt, insbesondere der USA und Großbritanniens, verankert sind.

² Vgl. hierzu Abschnitt 1. 3.

³ Downing bezieht sich in diesem Zusammenhang unter anderem auf folgende Theorien: Agenda Setting, Gatekeeper, Uses-and-Gratifications.

Ein Dilemma bei der Analyse und insbesondere bei der Bewertung der allgemeinen und ebenso der medienbezogenen Transformationsfortschritte in postkommunistischen Ländern besteht in der Mannigfaltigkeit möglicher Perspektiven. Abhängig davon, welcher Denkschule, wissenschaftlichen Tradition oder welchem kulturellen Kontext man entstammt, formieren sich sehr unterschiedliche Betrachtungsweisen. Im Rahmen der ost- und mitteleuropäischen Transformationsdebatte lassen sich im Allgemeinen, aber auch bezogen auf die Medien zwei Leitvorstellungen unterscheiden: Zum einen werden *westliche* normative Ideale zugrunde gelegt, wobei die Paradigmen – abhängig vom individuellen und kulturell-gesellschaftlichen Hintergrund – verschiedene Ausprägungen annehmen.⁴ In dieser Perspektive wird der Transformationsfortschritt auf der Grundlage unterschiedlicher westlicher Standards bewertet. Die zweite im Kontext der ost- und mitteleuropäischen Transformation vor allem *östlich* sehr verbreitete Perspektive und normative Zielsetzung stellt eine partizipatorische Kommunikationsordnung in den Mittelpunkt, welche auf den in Mitteleuropa in den siebziger Jahren wieder belebten Debatten zur Zivilgesellschaft (*civil society*) basiert. In dieser Perspektive wird der Transformationsprozess an den ursprünglichen Zielen ehemaliger ost- und mitteleuropäischer Dissidenten gemessen.

Wie zahlreiche Fachbeiträge zeigen, fällt eine Bewertung der Transformations- und Entwicklungsprozesse in postkommunistischen Ländern auf der Grundlage normativer Ideale regelmäßig negativ aus, weil Idealzustände in der empirischen Realität nicht existieren⁵. Um dieser Zwangsläufigkeit vorzubeugen, wird bei der vorliegenden Analyse nicht ein einziger Endzustand als das *ideale* und *wünschenswerte* Ziel zugrunde gelegt, sondern es wird auf die Unterschiedlichkeit von Ausgestaltungsoptionen gesetzt. Die vorliegende Untersuchung ist also nicht normativ-präskriptiv, sondern analytisch-deskriptiv zugeschnitten und zielt darauf, die Logik des Transformationsprozesses in den polnischen Medien sowie deren spezifischen Transformationspfad ohne einen eng begrenzten Telos zu erfassen. Bei der Bewertung der Transformationsfortschritte ist es außerdem außerordentlich hilfreich, das *eigene* Paradigma zu hinterfragen und durch eine Reflexion über die Vielfalt westlicher Medienrealitäten zu relativieren.

Ein in der laufenden Transformationsdebatte häufig verbreiteter Irrtum basiert auf der Annahme, dass die Entwicklungsprozesse in postkommunistischen Ländern in ein und dieselbe Richtung verlaufen und/oder dass die ehemals kommunistischen Länder eine Einheit darstellen. Derartige Generalisierungen täuschen

⁴ Im Medienbereich wird beispielsweise die Etablierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (*public broadcasting*) in den neu geschaffenen ost- und mitteleuropäischen Rundfunkordnungen von der großen Mehrzahl europäischer Experten als wichtig und wünschenswert angesehen. In der US-amerikanischen Debatte zur Entwicklung ost- und mitteleuropäischer Medien spielt dieser Aspekt keine annähernd so bedeutende Rolle.

⁵ Coman (2000 : 48f.) fasste es folgendermaßen zusammen: „The feeling that ‚things haven’t come out as they should’ emanates from many studies and essays dedicated to post-communism. This sentiment reveals a sad truth in history: the expectations and theoretical (utopian?) formulae of intellectuals concerning social development are rarely confirmed by the real course of events.“

darüber hinweg, wie unterschiedlich die einzelnen Länder tatsächlich sind⁶. Obwohl durchaus eine Basis an gemeinsamen Ausgangsbedingungen und Erfahrungen existiert, bleibt festzuhalten, dass die ehemals kommunistischen Länder nicht einmal annäherungsweise ein homogenes Gebilde darstellen⁷, was zur Folge hat, dass eine breite Vielfalt nationaltypischer Transformationspfade existiert. Die einzelnen Länder entwickeln sich in verschiedene Richtungen und auch das Tempo und die Dynamik der Prozesse variieren zum Teil erheblich⁸. Diese Feststellung trifft im gleichen Maße auf die ost- und mitteleuropäischen Medien zu. Aus diesem Grunde wird der Medien-Transformationsprozess in postkommunistischen Staaten nicht *am Beispiel* der Medien in Polen erläutert. Stattdessen stellen die Transformation und der Entwicklungsprozess der polnischen Medien *ein* Beispiel für die sich vollziehenden Prozesse in postkommunistischen Ländern dar.

Im Mittelpunkt der Analyse der vorliegenden Arbeit stehen das System der polnischen Medien und der spezifische Prozess, den die Presse und der Rundfunk seit 1989 durchlaufen haben. Es wäre denkbar gewesen, auch die Veränderungen, die sich im Journalismus vollzogen haben, der Analyse zu unterziehen. Darauf wurde aus zwei Gründen verzichtet: Zunächst einmal stellt der Transformations- und Entwicklungsprozess im Journalismus ein eigenständiges und hochkomplexes Forschungsthema dar, das im Detail separat zu behandeln wäre. Ferner würde eine thematische Ausweitung den Umfang der vorliegenden Arbeit sprengen⁹.

In der deutschen Fachliteratur ist der polnische Medienwandel bislang lediglich in Teilaspekten dargestellt worden¹⁰. Die vorliegende Arbeit geht darüber weit hinaus und bietet erstmals eine in die internationale, interdisziplinäre theoretische Transformationsdebatte eingebettete und detaillierte Analyse des spezifischen Transformations- und Entwicklungsprozesses des polnischen Mediensystems. Im Kapitel I wird zunächst eine in Einzelabschnitte unterteilte theoriegestützte Argumentationskette aufgebaut, welche die für die vorliegende Untersuchung relevanten Aspekte und Erklärungsansätze der allgemeinen und der medienbezogenen Transformationsforschung umfasst und als Basis für die Entwicklung eines neuartigen Analysepfades mit verschiedenen *möglichen* Entwicklungsoptionen für die Medien in postkommunistischen Ländern dient. Das entwickelte Raster, das die unterschiedlichen Transformationsstufen, die medienrelevanten Rahmenbedingungen sowie die verschiedenen Ebenen des Transformationsprozesses umfasst, wäre ebenfalls geeignet für Analysen von Transformationsverläufen in anderen

⁶ Das betrifft unter anderem die historischen Erfahrungen, die Ausstattung mit Ressourcen, den Fortschritt der Demokratisierung, die Wirtschaftsentwicklung, das politische und vor allem das kulturelle Bewusstsein der Bevölkerung.

⁷ Offe (1994b : 239) sprach in diesem Zusammenhang von einer „höchst *unterschiedlichen* Ausstattung der einzelnen Länder mit Ressourcen zur Bewältigung nicht identischer, sondern allenfalls *ähnlicher* Probleme.“

⁸ Bereits im kommenden Jahr werden acht ehemals kommunistische Länder – darunter auch Polen – in die Europäische Union aufgenommen, weitere zwei streben die EU-Mitgliedschaft für 2007 an.

⁹ Eine Übersicht der Hauptentwicklungslinien der Transformation und Entwicklung im Journalismus bieten Schliep (1997) sowie Rutkiewicz/Kopper/Schliep (1999).

¹⁰ Vgl. beispielsweise Kopper/Rutkiewicz/Schliep (1999), Jakubowicz (1998) und Thomaß/Tzankoff (2001).

postkommunistischen Ländern. Es wäre insbesondere bei vergleichenden internationalen Untersuchungen hilfreich, da es in der Lage ist, die Gemeinsamkeiten und Unterschiede systematisch zu erfassen. Im empirischen Teil der vorliegenden Arbeit (Kapitel II bis VII) werden zunächst die Geschichte der polnischen Transformation und die allgemeine Entwicklung nach 1989 nachgezeichnet. Es folgt eine Darstellung der Entwicklung und der Spezifika der Medien in der Volksrepublik Polen, die den Ausgangszustand der Presse und des Rundfunks zu Beginn des Transformationsprozesses dokumentiert. Die Untersuchung der Transformation beginnt mit der Dokumentation der Ergebnisse der medienbezogenen Gespräche am so genannten *Runden Tisch*, die den weit reichenden Medienwandel einleiteten. Danach folgt eine Beschreibung der Veränderungen des Rechtsrahmens. Die weiteren Kapitel sind der detaillierten Analyse der Transformation und des Entwicklungsprozesses in den Mediensektoren Presse und Rundfunk gewidmet sowie schließlich den besonderen ökonomischen und medienpolitischen Rahmenbedingungen, die bei der Entwicklung des polnischen Mediensystems eine bedeutende Rolle spielten.

Als Untersuchungszeitraum für die Transformationsanalyse wurden die Jahre 1989 bis Ende 2001 gewählt. Eine zeitliche Begrenzung ist nötig, weil es sich um einen fortwährenden Prozess handelt, der eine ständige Aktualisierung erfordert, was konsequenterweise zu operationalen Problemen führt. Der gewählte Untersuchungszeitraum ist dennoch ausreichend gespannt, um die Hauptstränge der Transformation des Mediensystems zu identifizieren und die wesentlichen Merkmale des polnischen Entwicklungspfades im Kontext der allgemeinen Transformation in postkommunistischen Ländern aufzuzeigen.

Methodische Herangehensweise

Die Analyse des Transformations- und Entwicklungsprozesses des polnischen Mediensystems erfolgt durch die Auswertung von Rechtsvorschriften und Dokumenten, der einschlägigen polnischen, deutschen und englischsprachigen Fachliteratur, von polnischen, deutschen und englischsprachigen Presseberichten sowie von Informationen, die im WorldWideWeb zur Verfügung stehen. Die umfangreiche Sammlung polnischer Presseberichte, die für die Analyse verwendet wurden, stammt aus verschiedenen polnischen Archiven. Leider ist es in Polen oftmals nicht üblich, bei der Dokumentation neben dem Zeitungstitel und dem Erscheinungsdatum auch die Seitenangabe zu verzeichnen. Aus diesem Grunde enthalten zahlreiche Quellenhinweise keine Seitenangaben. Die Rekonstruktion der Seitenzahlen wäre unverhältnismäßig aufwändig und oftmals sogar unmöglich gewesen. Deshalb wurde darauf verzichtet. Ein ähnliches Problem in Bezug auf Seitenzahlen stellt sich ebenfalls bei Informationen, die aus dem WorldWideWeb stammen. Bei Informationen aus dem Internet werden immer die entsprechende Adresse des Online-Angebots (URL/uniform resource locator) sowie das Datum, an dem das Online-Angebot gefunden wurde, angegeben. Alle Internet-Informationen liegen in ausgedruckter Form vor und befinden sich im Besitz der Autorin.

Kapitel I: Transformationsforschung

1. Theoretische Fragestellungen und Erklärungsansätze zur allgemeinen Transformation in postkommunistischen Ländern

1. 1. Begriffsklärung

Im Rahmen der Debatte zu den seit 1989¹¹ verlaufenden Prozessen in postkommunistischen Ländern tritt in der Fachliteratur eine enorm große Terminologievielfalt zutage, die eine Begriffsklärung notwendig macht. Es stellt sich die Frage, was nach den aufeinander folgenden *singenden*, *friedlichen*, *samtene* und *blutigen* Revolutionen¹², die bis Jahresende 1989 stattfanden und die Ära des Kommunismus in dieser Region beendeten, genau erfolgte: War es ein Systemwandel, ein Systemwechsel, ein Umbruch, eine Reform, eine Umgestaltung, ein Übergang, ein Zusammenbruch, eine Transition, eine Transformation, eine Modernisierung oder Liberalisierung? Sasińska-Klas (1999 : 18) beklagte die „charakteristische Unbestimmtheit der Begriffe“, zu denen sich im gleichen Kontext später beispielsweise noch die *Restauration*¹³ dazugesellte. Das begriffliche Instrumentarium wird zur Beschreibung derselben Ereignisse und Prozesse synonym benutzt, was zusätzliche Verwirrung stiftet. Die in diesem Abschnitt vorgenommene Differenzierung der häufig verwendeten und wichtigen Begriffe soll helfen, das Dickicht im terminologischen Dschungel zu lichten und eine Definition für die vorliegende Arbeit bieten.

Die Politikwissenschaft differenziert vier Begriffe: *Systemwandel*, *Systemwechsel*, *Transition* und *Transformation* (vgl. Merkel 1999 : 74ff.): Von *Systemwandel* ist die Rede, wenn sich grundlegende Funktionsweisen und Strukturen eines Systems zu verändern beginnen. Kennzeichnend für diesen Prozess ist, dass er evolutionär und nicht abrupt verläuft, wobei es nicht klar ist, ob der Prozess zu einem neuen Systemtypus führt. Der Ausgang ist offen. Mit *Systemwechsel* sind Prozesse gemeint, die definitiv zu einem anderen und neuen Systemtypus führen. Entscheidend ist, dass „sich der Herrschaftszugang, die Herrschaftsstruktur, der Herrschaftsanspruch und die Herrschaftsweise eines Systems grundsätzlich verändert haben“. (Merkel 1999 : 75). Der Begriff *Transition* erlangte international politikwissenschaftliche

¹¹ Korrekterweise muss hinzugefügt werden, dass in den baltischen Ländern die so genannte *singende Revolution*, bei der verbotene Nationalfahnen gezeigt und alte Lieder gesungen wurden, bereits 1988 begann (vgl. Boden 1995 : 13).

¹² Singend bezieht sich auf den baltischen Verlauf der Abkehr vom Kommunismus, friedlich auf den polnischen Verlauf, samtene auf den tschechischen Verlauf, blutig auf den rumänischen Verlauf. Vachudová und Snyder (1997) weisen zu Recht darauf hin, dass im Gegensatz zu den Revolutionen von 1776, 1789 und 1917 die ost- und mitteleuropäischen Revolutionen keine neue politische Idee mit sich brachten.

¹³ Dieser Begriff bezieht sich einerseits auf eine partielle Wiederherstellung früherer Verhältnisse nach der Rückkehr ex-kommunistischer Eliten an die Macht (vgl. Michnik 1994). Anders wird der Begriff durch Mihai Coman verstanden. Coman argumentierte bei der 2. Konferenz des Wissenschaftsnetzwerks ENTIRE (European Network on Trans-Integration Research), die vom 25. bis 26. Mai 2001 in Dortmund stattfand, dass es sich bei dem gesamten Entwicklungsprozess in Ost- und Mitteleuropa um eine *Restauration* handle und zwar um die Wiederherstellung kapitalistischer Strukturen. Genov (1991 : 331) griff den Terminus *Restauration* wiederum im Zusammenhang mit der Wiederherstellung demokratischer Verhältnisse auf. Allerdings betonte er, dass vor dem Zweiten Weltkrieg nur in der Tschechoslowakei eine funktionierende parlamentarische Demokratie existierte.

Bedeutung durch das Forschungsprojekt *transition to democracy* (vgl. Merkel 1999 : 75f.; Karl/Schmitter 1991 : 269ff.). Die Politologen Guillermo O'Donnell, Philippe Schmitter und Lawrence Whitehead (1986) haben Mitte der achtziger Jahre theoretisch und komparatistisch ein Transitionskonzept entwickelt, das auf die Demokratisierungsprozesse in Lateinamerika und Südeuropa angewendet wurde¹⁴. Der Begriff *Transition* stammt aus dem Englischen und aus dem Spanischen und bedeutet wörtlich übersetzt *Übergang*. In der Politikwissenschaft wird *Transition* fast ausschließlich dann verwendet, wenn damit der Übergang von einem autokratischen zu einem demokratischen System gemeint ist¹⁵. Die erwähnte Transitions-Studie hat einen neuen Forschungszweig in der Politikwissenschaft ins Leben gerufen: die Transitionsforschung, welche die Voraussetzungen, Ursachen und Verlaufsmuster der Demokratisierung politischer Systeme untersucht. Den zentralen Begriff dieser Arbeit, *Transformation*, definiert Merkel (1999 : 76) – sehr allgemein – als Oberbegriff aller Formen, Zeitstrukturen und Aspekte des Systemwandels und Systemwechsels.

In den Sozialwissenschaften werden die Termini *Transition* und *Transformation* häufig synonym verwendet. Die estnische Sozialwissenschaftlerin Marju Lauristin beispielsweise plädiert für *Transition* als korrekten Terminus für den grundlegenden institutionellen Wandel in postkommunistischen und postsowjetischen Staaten¹⁶. In der vorliegenden Arbeit wird der allgemeinere Terminus *Transformation* verwendet, der im Zusammenhang mit den Entwicklungsprozessen in postkommunistischen Ländern am häufigsten gebraucht und nicht unmittelbar mit der *transition-to-democracy*-Studie assoziiert wird. *Transformation* im ost- und mitteleuropäischen Kontext bedeutet im Allgemeinen den komplexen und vielschichtigen gesamtgesellschaftlichen Übergangsprozess von der kommunistischen zu einer neuen Ordnung. Auf die Medien bezogen bedeutet Transformation den Übergang von einer kommunistisch geprägten Medienordnung zu einem anderen Typus medialer Realität mit neuen Strukturen und neuen Steuerungsmechanismen.¹⁷

¹⁴ Die Frage, inwiefern sich dieses Konzept auf die Demokratisierungsprozesse in Ost- und Mitteleuropa anwenden lässt, wird später aufgegriffen.

¹⁵ Vgl. hierzu auch Grilli di Cortona (1991 : 316) sowie Manaev/Pryliuk (1993).

¹⁶ Bei der 2. Konferenz des Wissenschaftsnetzwerks ENTIRE (European Network on Trans-Integration Research), die vom 25. bis 26. Mai 2001 in Dortmund stattfand, argumentierte Marju Lauristin, dass die Periode der Transition von externen Standards bestimmt werde und dass es sich daher um einen Anpassungsprozess handle. Transition sei ein Bestandteil der Transformation, welche in Estland erst 1999 eingesetzt habe: „We have achieved this situation of being able to make own choices and to choose directions.“

¹⁷ Vgl. hierzu Abschnitt 2. 1. in diesem Kapitel. In Anlehnung an Sundhausen (1995 : 77) kann als Transformationsende der Zeitpunkt angesehen werden, an dem das definierte Ziel erreicht oder das ursprünglich anvisierte Ziel aufgegeben und ein neuer, zunächst nicht vorhergesehener Systemzustand erreicht worden ist. Ob man in diesem Fall vom Ende oder vom Scheitern spricht, ist davon abhängig, welche Bedeutung man dem ursprünglichen Ziel beigemessen hat.

1. 2. Orientierungsbestimmung: Eine Transformation – Wohin?

Basierend auf der vorangegangenen Definition von Transformation stellen sich zwei simple, jedoch fundamentale Fragen: In welche Richtung soll die Transformation in postkommunistischen Ländern verlaufen und wie soll das angestrebte Ziel aussehen? Von der Beantwortung dieser beiden zentralen Fragen und der Positionierung der Perspektive hängt es ab, wie die Ergebnisse jeglicher Analyse, und das gilt selbstverständlich auch für die Untersuchung des Transformationsprozesses des polnischen Mediensystems, ausfallen werden. In diesem Kapitelabschnitt werden zwei Leitvorstellungen vorgestellt, die in der allgemeinen Transformationsdebatte bei der Richtungsbestimmung anzutreffen sind und die in späteren, medienbezogenen Untersuchungsschritten wieder aufgegriffen werden: die so genannte *Rückkehr nach Europa* beziehungsweise *Hinwendung zum westlichen Typus* sowie die *Schaffung eines neuen Typus von Zivilgesellschaft*.

Rückkehr nach Europa/ Hinwendung zum westlichen Typus

Als nach 1989 das *sozialistisch-kommunistische* Staats- und Gesellschaftsmodell der Sowjetunion und ihrer Satellitenstaaten sein jähes Ende fand, herrschte weit verbreitet die Auffassung, dass damit das *liberale westliche* Modell endgültig gesiegt hatte (vgl. von Beyme 1994 : 100). Fukuyama (1989 : 4), der die These vertrat, dass letztendlich alle Wege zur liberalen Demokratie führten, weil die Welt und die Individuen es so wollten, verkündete nach dem sozialistischen Regimekollaps schlicht ein *Ende der Geschichte*: „What we may be witnessing is not just the end of the Cold war, or the passing of a particular period of postwar history, but the end of history as such: that is, the end point of mankind’s ideological evolution and the universalization of Western liberal democracy as the final form of human government.“ Mänicke-Gyöngyösi (1995 : 30f.) sprach vom Ende der aussichtslos gewordenen Systemkonkurrenz und einer Bestätigung der westeuropäischen Moderne, während Habermas (1990a : 181) in den revolutionären Umbruchprozessen in Ost- und Mitteleuropa eine Möglichkeit der „Rückkehr zum demokratischen Rechtsstaat und den Anschluß an den kapitalistisch entwickelten Westen“ sah.

Zu einem gängigen Paradigma bei der Richtungsbestimmung postkommunistischer Transformation wurde die so genannte *Rückkehr nach Europa*, die durch die Adaption westlicher Strukturen, Denkmuster und Werte erfolgen soll (vgl. Weidenfeld 1992 : 8; Vachudova/Snyder 1997 : 1; Grilli di Cortona 1991 : 328; Krasnodebski 1993 : 267; Srubar 1996 : 675ff.). Diese Entwicklungsperspektive, die in der Transformationsforschung demokratiethoretisch begründet wird, hat die estnische Sozialwissenschaftlerin Marju Lauristin (1997 : 25) folgendermaßen beschrieben: „as some sort of ‚catching up‘ effort made by

people who want to achieve the established standards of the ‚developed‘ nations.“¹⁸ Am Beispiel der baltischen Staaten betonte Lauristin (1997 : 29) die bedeutende Rolle kultureller Faktoren auf die formulierte Zielsetzung: „The Baltic peoples expect that the self-evident outcome of political liberation will be their *Return to Europe*. The cultural will to preserve Western traditions was for them a matter of national survival.“ Auch „für Polen war die Demontage des Kommunismus nicht nur die Einführung der Marktwirtschaft, sondern auch die Rückkehr zur Kulturgemeinde Europas, aus der sie 1945 zwangsweise ausgeschieden waren“ (Krasnodebski 1993 : 267).

Marju Lauristin (1997 : 30) entwickelte einen Katalog, der illustriert, wie der Verlauf der Transformation in der Perspektive einer *Rückkehr nach Europa* beziehungsweise einer *Hinwendung zum westlichen Typus* durch eine Anpassung an westliche Realitäten auf verschiedenen Ebenen aussehen kann:

Veränderungen des Typus und der Struktur von Institutionen

Politik	Westlicher Typus politischer Parteien und parlamentarischer Institutionen
Öffentliche Verwaltung	Westlicher Typus des bürokratischen Systems
Produktion und Dienstleistungen	Westliche Qualitätsstandards, westliche Managementmethoden, Joint ventures, Marktzutritt westlicher Unternehmen
Sozialwesen	Westliche Modelle der sozialen Absicherung
Medien	Liberalisierung und Kommerzialisierung der Massenmedien
Zivilgesellschaft	Entwicklung von Nichtregierungsorganisationen (NGO) und karitativen Organisationen

Soziokulturelle und technologische Veränderungen

Demographie und Familie	Altersverschiebung bei Eheschließung und der Geburt des ersten Kindes, Zunahme von Ehen ohne Trauschein, Nuklearisierung der Familie
Werte	Zunahme von Individualismus und Hedonismus
Sprache	Englisch wird <i>lingua franca</i>
Konsum	Westliche Mode und westliche Marken, Gebrauch von Kreditkarten, symbolisches Konsumverhalten wie in westlichen Ländern
Lifestyle	Abnahme kultureller Aktivitäten, mehr Zeitaufwand für Gelderwerb, Automobilisierung, Glücksspiele, Auslandsreisen usw.
Verhaltensmuster	Größere Beachtung des persönlichen Erfolges, Selbstverwirklichung, größere Offenheit, multiple Verhaltensmuster
Symbolisches Umfeld und Kommunikation	Symbole der Massenkultur, post-moderne Kultur, interaktive Medienkultur
Technologie	Neue technische Ausstattungen und Technologien aus dem Westen, westliche Telekommunikation und Computer-Netzwerke, Software usw.

¹⁸ In ihrem Buch *Return to the Western World* betonte Lauristin (1997 : 26) ausdrücklich die zentrale Rolle Westeuropas bei der teleologischen Positionierung: „In East European countries, this ideal type of society was mostly formed by the popular image of the ‚European Welfare state‘, mixed with the more abstract ideas of an ‚integrated Europe‘, ‚Western democracy‘, and an ‚open-market economy‘. In every single country, these images are provided with a specific content, depending on national traditions and local contacts with Western neighbors.“

Veränderungen in der räumlichen Dimension

Wirtschaft	Westliche Länder dominieren im Handel und bei Investitionen
Internationale Beziehungen	Mitgliedschaft in internationalen Organisationen wie IWF, OECD, Kooperation in Sicherheitsfragen
Kulturelle Beziehungen	Westliche Länder dominieren im kulturellen Austausch
Medien	Westliche Agenturen dominieren als Quellen von Information, Unterhaltung und Werbung, Zugang zum Satelliten-Fernsehen und Internet
Tourismus	Zunehmender Tourismusaustausch mit dem Westen
Bildung und Wissenschaft	Teilnahme an westlichen Bildungs- und Forschungsprogrammen; Austausch von Studenten, Professoren und Wissenschaftlern mit westlichen Ländern
Recht	Anpassung an die EU-Gesetzgebung

Bezogen auf die Gesamtheit postkommunistischer Länder muss die Entwicklungsperspektive einer *Rückkehr nach Europa* zwangsläufig erweitert werden. Eine *Rückkehr* kann sich lediglich auf einen begrenzten Teil des ehemaligen Ostblocks beziehen und zwar auf diejenigen Länder, die sich traditionell der westlichen Kultur und den westlichen Traditionen eng verbunden fühlen und die darüber hinaus die kommunistische Ordnung, die nach dem Zweiten Weltkrieg von der Sowjetmacht oktroyiert worden war, als fremd empfanden¹⁹. Für diejenigen Länder des ehemaligen Ostblocks, die kulturell und traditionell osteuropäisch beziehungsweise östlich verortet sind und deren Bevölkerung sich darüber hinaus oftmals mit dem kommunistischen System identifizierte, kann eine westlich ausgerichtete Entwicklungsoption grundsätzlich ebenfalls formuliert werden²⁰. In diesem Fall ist es angemessen, im Hinblick auf die teleologische Ausrichtung von einer *Hinwendung zum westlichen Typus* zu sprechen.

Eine erfolgreiche Transformationsentwicklung in der Perspektive einer *Rückkehr nach Europa* beziehungsweise einer *Hinwendung zum westlichen Typus* basiert auf folgenden drei Kernelementen (vgl. Grilli di Cortona 1991 : 322; Weidenfeld 2001 : 7; Offe 1994 : 230ff.):

- der Etablierung einer demokratischen Ordnung²¹ und der Realisierung demokratischer Verfahrensabläufe
- der Schaffung rechtsstaatlicher Verhältnisse
- der Einführung marktwirtschaftlicher Mechanismen.

¹⁹ Ein Ausdruck dieses Selbstverständnisses ist die Renaissance des Begriffs *Mittleuropa*, der in oppositionellen Kreisen dieser Länder vor dem Zusammenbruch des Kommunismus verwendet wurde, um die Trennung gegenüber Osteuropa zu betonen (vgl. Srubar 1996 : 679).

²⁰ Dass eine solche Entwicklungsperspektive für Länder wie die zentralasiatischen Republiken gelten soll, darf allerdings bezweifelt werden.

²¹ Welcher Typus demokratischer Ordnung etabliert werden soll, ist grundsätzlich offen. Da demokratische Systeme in „Theorie wie Realität [...] so viele unterschiedliche normative Grundlegungen erhalten und konkrete Formen angenommen haben“ (Merkel 1999 : 28), erscheint es nur folgerichtig anzunehmen, dass in postkommunistischen Ländern bei den Übergängen zu demokratischer Ordnung, zum Rechtsstaat und zur Marktwirtschaft – soweit diese überhaupt gelungen sind – ein großer Facettenreichtum entstanden ist. Glässner (1994) weist zutreffend darauf hin, dass die Schaffung demokratischer und rechtsstaatlicher Verhältnisse bei Transformationsprozessen in postkommunistischen Ländern zwar als normatives Ziel, nicht aber als ein quasi natürlicher Endpunkt vorausgesetzt werden kann.

Schaffung eines neuen Typus von Zivilgesellschaft

Die andere Transformationsperspektive, vor allem unter ost- und mitteleuropäischen Intellektuellen verbreitet, basiert auf dem Telos der Entstehung einer neuen Ausprägung von Zivilgesellschaft (*civil society*), womit ein neuer Entwurf menschlichen Zusammenlebens und gesellschaftlicher Organisation gemeint ist. Der Begriff Zivilgesellschaft, der in unterschiedlichen historischen Konstellationen unterschiedlich definiert wird, erlebte Anfang der achtziger Jahre ein „fulminantes Comeback²²“ (Kocka 2000 : 18). Er wurde damals zum Schlüsselbegriff anti-diktatorischer Kritik – zunächst in Ost- und Mitteleuropa, später auch in Lateinamerika und Südafrika. Nach 1989 folgte eine zweite Stufe: „The downfall of communism in East Central Europe was responsible for a veritable explosion of research on civil society, which became a cottage industry in both the United States and Europe. Just about every conceivable aspect of civil society has been explored.“ (Korbonski 1994 : 216) Heutzutage wird der Begriff weltweit verwandt, in verschiedenen Kulturen, in verschiedenen politischen Milieus, in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen „jedoch fast durchweg mit positiver Assoziation“ (Kocka 2000 : 23). Der Begriff Zivilgesellschaft wird sehr unterschiedlich aufgefasst²³. Weit verbreitet ist die Definition, dass Zivilgesellschaft eine spezifische Form der politischen Kultur darstellt, in der die verschiedenen Kräfte, die den Staat, den Markt, die bürgerliche Öffentlichkeit (mit intermediären Assoziationen und Vereinigungen) sowie die bürgerliche private Sphäre repräsentieren, in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander agieren. Die ausgewogene Balance entspricht der idealen Vorstellung einer demokratischen, diskutierenden und partizipierenden Zivilgesellschaft. Während Vertreter der kritischen Theorie, darunter Jürgen Habermas, die Zivilgesellschaft als ein normatives Leitbild auffassen, erkennen zahlreiche Politikwissenschaftler bereits in den gegenwärtigen Gesellschaften die Züge einer zivilen Gesellschaft²⁴. Zu den Attributen einer bereits *verwirklichten* Zivilgesellschaft zählt im Wesentlichen die gesellschaftliche Selbstorganisation durch Vereine, Zirkel, Netzwerke oder Nicht-Regierungs-Organisationen (NGO).

²² Eine Definition des Begriffs Zivilgesellschaft erfolgte bereits in der Zeit der Aufklärung des 17. und 18. Jahrhunderts. Unter Zivilgesellschaft wurde damals eine anzustrebende Form von Zivilisation verstanden, in welcher die Menschen als mündige Bürger und Bürgerinnen (*citoyens* und *citoyennes*) friedlich zusammenleben, und zwar als Privatpersonen in ihren Familien sowie als Bürger in der Öffentlichkeit. Charakteristisch für diese Zivilisation war es, dass die Menschen selbstständig, frei und verantwortlich, in Assoziationen eingebunden, unter der Herrschaft des Rechts, jedoch ohne Gängelung durch die Obrigkeit leben sollten. Zu diesem Entwurf von Zivilgesellschaft gehörten ebenfalls Toleranz für kulturelle, religiöse und ethnische Vielfalt sowie eine nicht allzu große soziale Ungleichheit, insbesondere nicht die herkömmliche ständische Ungleichheit (vgl. Kocka 2000 : 16f.).

²³ Der Politikwissenschaftler Merkel (1999 : 166ff.) unterscheidet beispielsweise vier theoretische Konzepte von *civil society*: 1. das auf John Locke basierende liberale Verständnis der Zivilgesellschaft als Freiheits- und Eigentumssicherung vor staatlichen Eingriffen; 2. die pluralismustheoretische Definition der Zivilgesellschaft als ein sich wechselseitig überschneidendes Kommunikationsnetz zum Abbau gesellschaftlicher Konflikte; 3. Alexis de Tocquevilles Argumentation, dass zivilgesellschaftliche Assoziationen und Vereinigungen die Schulen der Demokratie seien, in denen Bürgertugenden eingeübt werden; 4. die auf der kritischen Theorie basierende zentrale Rolle von Partizipation jenseits traditioneller Repräsentationsinstitutionen, wobei Zivilgesellschaft und Demokratie in dieser Perspektive miteinander verschmelzen.

²⁴ Es wird argumentiert, dass die Bürgerkultur in den alten Demokratien Europas (Großbritannien, den Niederlanden, den skandinavischen Staaten und Frankreich) und den USA weiter entwickelt sei als in Staaten mit jüngerer demokratischer Geschichte wie beispielsweise Italien und Deutschland (vgl. Greiffenhagen 1999 : 149).

„Zivilgesellschaft meint öffentliche Diskussion, Konflikt und Verständigung, einen Bereich nicht gegängelter Selbständigkeit, ausgeprägter Vielfalt und selbsttragender Dynamik von Individuen und Gruppen – einen sozialen Raum zwischen Staat, Ökonomie und Privatsphäre.“ (Kocka 2002 : 27) Die Zivilgesellschaft dieser Prägung ist eine in das existierende Gesamtgefüge des Staates eingebettete zivilgesellschaftliche Kultur, bei der die Bürger die demokratischen Institutionen mit Leben füllen.

Die andere, in Ost- und Mitteleuropa oftmals diskutierte Perspektive von Zivilgesellschaft geht darüber hinaus. Sie knüpft an die Tradition der Aufklärung an, wobei die Schaffung einer neuen Ausprägung von Zivilgesellschaft ein ehrgeiziges Projekt darstellt. Es handelt sich um die Herstellung eines neuen und besseren Typus sozialer Organisation, der noch nicht verwirklicht worden ist (vgl. Kocka 2000 : 20; von Beyme 2000 : 42). Dieser – zugleich innovative wie radikale Ansatz – spielt in den Debatten zu Transformationsprozessen in postkommunistischen Ländern noch immer eine bedeutende Rolle. Insbesondere in Polen hat der Begriff Zivilgesellschaft eine besondere historische Bedeutung. Die Idee von einer Zivilgesellschaft als einem neuartigen gesellschaftlichen Konzept tauchte in polnischen oppositionellen Kreisen erstmals Mitte der siebziger Jahre auf und bedeutete damals eine Abkehr von der existierenden Staatsmacht und der kommunistischen Ideologie zugunsten der gesellschaftlichen Selbstorganisation²⁵. „In diesem antitotalitären Kontext steht sie [die Zivilgesellschaft – K. H.] für das Ensemble der Assoziationen, sozialen Bewegungen und öffentlichen Foren, die dem totalitären oder autoritären Staat eigene gesellschaftliche Handlungsspielräume abtrotzen.“ (Dubiel 1993 : 167) Das Konzept der Zivilgesellschaft galt damals also als ein Gegenentwurf zu dem diskreditierten sozialistischen Modell. Der polnische Intellektuelle Adam Michnik begann ab 1976, von einem *neuen Evolutionismus*²⁶ zu sprechen. Rupnik (1999/2000 : 59) zufolge hatte der Begriff Zivilgesellschaft in den mitteleuropäischen Dissidentenkreisen „einen moralisch-politischen Impetus: Er fungierte als Kristallisationspunkt der gesellschaftlichen Opposition gegen den Totalitarismus“.

²⁵ Das Konzept der gesellschaftlichen Selbstorganisation war nicht neu, sondern fußte in Polen auf konkreten historischen Erfahrungen. Bereits im 19. Jahrhundert existierten solche gesellschaftlich-politischen Organisationsformen. Dazu zählte beispielsweise der Verband der polnischen Jugend *Zet*, der durch ein Schulsystem im Untergrund die Kenntnis der polnischen Sprache und Geschichte in dem annektierten und geteilten Polen verbreitete. Im Zweiten Weltkrieg existierte neben der militärischen Untergrundbewegung auch eine zivile, was unter anderem dazu führte, dass sich unter der deutschen Okkupation ein ganzer Untergrundstaat mit eigenen Schulen und Universitäten entwickeln konnte. Beispielsweise erteilte die so genannte Geheime Unterrichtsorganisation *TON* Polnischunterricht und in so genannten *fliegenden* Kursen wurden Universitäts-Seminare abgehalten (vgl. Hoensch 1990 : 223; Davies 1999 : 67; Roos 1986 : 193).

²⁶ Michnik betonte, dass sich das *evolutionäre Programm* nicht an die kommunistischen Machteliten, sondern an die polnische Gesellschaft richtete: „The programme should not seek to tell the authorities how to reform themselves, but give society an indication of what it should do. Nothing concentrates the mind of the authorities better than grassroots pressure.“ Aus diesem Grund erwartete Michnik, dass es sich um einen langsamen, graduellen Prozess handeln würde. Vgl. hierzu: Michnik, Adam (1984): *Nowy ewolucjonizm. Szanse polskiej demokracji*. London. S. 83. Zitiert nach Jakubowicz (o. J. : 44).

Als ein politisches Programm ist das Projekt der Zivilgesellschaft zum ersten Mal Anfang der achtziger Jahre von der polnischen oppositionellen Gewerkschaftsbewegung *Solidarność*²⁷ entwickelt worden. Die *Solidarność* sah in dem Projekt der Zivilgesellschaft (*społeczeństwo obywatelskie*) eine politische Strategie der Selbstverteidigung und Selbstorganisation der Gesellschaft gegen den übermächtigen kommunistischen Staat. Das vorrangige Ziel der *Solidarność* in den Jahren 1980 und 1981²⁸ war es, den polnischen Staat zu restrukturieren, wobei die systemverändernden Reformen zur Schaffung einer Zivilgesellschaft im Rahmen des alten Regimes gedacht und angegangen wurden. Es handelte sich um eine Reform *von unten*²⁹ (vgl. Tatur 1991 : 234 u. 251; Arato 1994 : 11).

Nach dem Zusammenbruch des Kommunismus entwickelten sich in Bezug auf das Konzept von Zivilgesellschaft zwei Denkschulen in Ost- und Mitteleuropa. Zum einen wurde Zivilgesellschaft – in einem in westlichen Gesellschaften oftmals verbreiteten Sinn – als eine in das existierende Gesamtgefüge des Staates eingebettete zivilgesellschaftliche Kultur verstanden. Rupnik (1999/2000 : 59) fasste es folgendermaßen zusammen: „Die mitteleuropäischen ‚Rechtsliberalen‘ lösten Zivilgesellschaft tendenziell in Marktgesellschaft auf.“³⁰ Die Reformen wurden in dieser Perspektive *von oben* eingeleitet und hatten die Entstaatlichung der Wirtschaft zum Ziel. Die Schaffung einer Zivilgesellschaft, die sich unter anderem durch eine engagierte Bürgerkultur und Selbstorganisation auszeichnet, sollte ebenfalls von den neuen politischen Eliten initiiert und mit rechtsstaatlichen Mitteln eingeleitet werden. „Nicht nur die Handlungsperspektive war eine neue, auch das Projekt der Vergesellschaftung der etatistischen Ordnung hatte sich gewandelt. Das galt sowohl für die Modellvorstellungen und Strategien der Theoretiker und Politiker als auch für Motive, Interessen und Handlungen an der Basis der Bewegung und die Vision der ‚Gesellschaft‘, als die sich die Gemeinschaft der Menschen begriff.“ (Tatur 1991 : 234)

Die zweite Denkschule, vor allem unter Linksliberalen verbreitet, knüpft an die früheren Konzepte der Dissidenten an und bewertet den Transformationsprozess vor dem Hintergrund der ursprünglichen Ziele. Jakubowicz (o. J. : 27) betonte beispielsweise, dass Dissidenten in den siebziger und achtziger Jahren nicht nur das bestehende kommunistische System ablehnten, sondern auch das verbessern wollten, was sie als Schwächen des kapitalistischen Systems ansahen. Dazu zählten: private kapitalistische Eigentumsstrukturen (stattdessen selbstverwaltete Arbeiterkooperativen), die materialistischen Werte der Konsumgesellschaft (stattdessen eine moralische Erneuerung), die Politik der repräsentativen Demokratie (stattdessen eine Politik

²⁷ Eine starke Solidarität, polnisch *Solidarność*, gegen einen gemeinsamen Feind ist eine immer wiederkehrende historische Erfahrung in Polen (vgl. Hoensch 1990 : 232f.).

²⁸ Die *Solidarność*-Bewegung entwickelte sich in den Jahren 1980 bis 1981 zu einer Massenbewegung.

²⁹ In dem polnischen Projekt der Zivilgesellschaft spielten die Menschen als moralisch-kulturelle Gemeinschaft eine bedeutende Rolle. Das Projekt der Selbstverteidigung der Gesellschaft, zunächst als ein Gesellschaftsvertrag, dann als ein Programm der *selbstverwalteten Republik* formuliert, zielte auf eine umfassende Vergesellschaftung des Staates einschließlich der staatlichen Ökonomie. Die gesellschaftlichen Basisstrukturen sollten über Selbstverwaltungen eingeleitet werden. Die Selbstverwaltungen von Unternehmen sollten die administrativen Abhängigkeiten sprengen und miteinander horizontale vertragliche Beziehungen aufnehmen (vgl. Tatur 1991 : 240 u. 251). Das zivilgesellschaftliche Konzept der *Solidarność* beschrieb ausführlich Dubiel (1993 : 167ff.).

³⁰ Hierbei muss berücksichtigt werden, dass die einzelnen Länder, in denen Zivilgesellschaft als ein alternatives Konzept überhaupt existierte, nach dem Systemwechsel aufgrund der Abhängigkeit von ausländischen Gläubigern und der Auflagen des Weltwährungsfonds beschränkten Handlungsspielraum hatten (vgl. Tatur 1991 : 245).

der sozialen Bewegungen). Diskutiert wurde in diesem Zusammenhang der so genannte dritte Weg, den Mitteleuropa einschlagen sollte: „opposed to [...] Russia – but also separate and different from Western Europe, representing a different tradition and going its own way.“ (Jakubowicz o. J. : 27) In der Perspektive der zweiten Denkschule wird Zivilgesellschaft als ein dritter, vom Staat und vom Markt klar abgegrenzter und unabhängiger Sektor gesellschaftlicher Organisationen³¹ aufgefasst, wobei der neuen Ordnung eine radikale Demokratisierung zugrunde liegt (vgl. Rupnik 1999/2000 : 59; Splichal 1994a : 9ff.). Während Arato (1994 : 10) betonte, dass das weiter reichende Konzept der Zivilgesellschaft einen zentralen politischen Orientierungspunkt in Ost- und Mitteleuropa darstellt, bezeichnete Klaus von Beyme (1994b: 100ff.) diese Ausprägung von Zivilgesellschaft als „die letzte Ideologie der alten Intelligencija“, welche „zur überflüssigen Illusion [wurde – K. H.], sowie die friedliche Revolution gesiegt hatte und statt gefühlsbetonter Antipolitik nüchterne Politik ‚as usual‘ gefragt war“ (von Beyme 1994b : 122). Von Beyme (ibid.) argumentierte, dass sich unter der Flagge dieser Ausformung von Zivilgesellschaft all jene versammelt hätten, welche sowohl von der Marktgesellschaft als auch vom realen Sozialismus enttäuscht wurden. Befürworter der weiter reichenden Leitvorstellung von Zivilgesellschaft stellen westlich orientierte Transformations- und Entwicklungstendenzen in Frage. Sie setzen auf eigenständige und nicht fremdbestimmte Modelle und Konzepte. Die distanzierte Haltung und der kritische Blick werden bereits in der Wahl der Termini deutlich: Der Prozess der Anpassung und die Adaption westlicher Normen und Strukturen werden mit negativ besetzten Begriffen wie Imitation, Transplantation, Duplikation oder Kopieren beschrieben (vgl. Splichal 1994a : xii). Wie sehr sich diese Perspektive von der teleologischen Ausrichtung einer *Rückkehr nach Europa* beziehungsweise *Hinwendung zum westlichen Typus* in Form der Adaption westlicher Strukturen, Denkmuster und Werte unterscheidet, macht die folgende Feststellung von Splichal (1994b : 310) deutlich: „While the last forty years have been characterized by at least limited endeavours of some socialist countries to find their ‚own way‘, even if they have not been very successful, the latest developments in the East go in the opposite direction, towards a mere (though only partial) imitation of mainly West European ‚models‘.“

Die existierende Dichotomie dieser zwei gerade beschriebenen teleologischen Leitvorstellungen prägt die Debatte bis heute und spiegelt sich in den Analysen und Bewertungen der allgemeinen Transformationsprozesse, aber auch der medienbezogenen Transformationsprozesse in postkommunistischen Ländern wider.

1. 3. Erklärungsansätze zur Transformation in postkommunistischen Ländern

³¹ Dazu zählen beispielsweise die so genannten Nichtregierungsorganisationen (NGO). (Rupnik 1999/2000 : 59) charakterisierte solche Organisationen folgendermaßen: Sie „sind per Definition auf doppelte Weise sauber: Sie sind weder von der Macht (Politik) noch vom Markt (Geld) korrumpiert“.

Wie in der Einleitung bereits dargelegt, ist es der Transformationsforschung bislang nicht gelungen, eine universale Transformationstheorie hervorzubringen, die in der Lage wäre, die Vielfalt und die Komplexität der sich vollziehenden Prozesse übergreifend zu erfassen und zu erklären. Bereits 1994 vertrat von Beyme (1994 : 117) die Auffassung, dass es eine „einheitliche Theorie der Transformation“ nicht gebe. Mánicke-Gyöngyösi (1995 : 35) stellte universal ausgerichtete Theorieentwürfe ebenfalls in Frage: Das „vorläufige und paradoxe Fazit der osteuropäischen Umbruchprozesse, den Anschluß an die Moderne eingeleitet zu haben, ohne Gewißheit über dessen Ausgang zu besitzen oder die Entwicklungsmodalitäten angeben zu können, hat manche [...] veranlaßt, die Berechtigung einer globalen Modernisierungstheorie und Entwicklungssoziologie in Zweifel zu ziehen“.

Wenngleich also eine allgemein gültige Transformationstheorie bislang noch nicht entwickelt worden ist, war die Transformationsforschung dennoch erfolgreich: In den einzelnen wissenschaftlichen Disziplinen existieren verschiedene interessante Ansätze, die spezifische Aspekte von Transformationsprozessen beleuchten und die in modifizierter Form ebenfalls geeignet sind, die in den Medien stattfindenden Veränderungen und Entwicklungen systematisch zu erfassen. Die im Folgenden dargestellten und für die vorliegende Untersuchung relevanten Erklärungsansätze zur Transformation in postkommunistischen Ländern bilden das Grundgerüst für die im Abschnitt 2. 5. dieses Kapitels vorgestellten Untersuchungsraster für die Analyse von Transformations- und Entwicklungsprozessen in den Medien.

In der Politikwissenschaft, die sich mit dem Phänomen der Transformation selbstverständlich intensiv auseinandersetzt³², wird der Zusammenbruch des Kommunismus in den Ländern des ehemaligen Ostblocks als Beginn der vierten Demokratisierungswelle verstanden.³³ Als ein besonderes Charakteristikum der Systemtransformationen in postkommunistischen Ländern gilt der Umstand, dass hier – im Gegensatz zu Lateinamerika und Südeuropa, den Ländern der dritten Demokratisierungswelle – die Umbrüche nicht nur die politische Ordnung, sondern auch die wirtschaftlichen Strukturen und gesellschaftlichen Mentalitäten umfassen und in einigen Fällen sogar die Territorialfrage zu klären war³⁴ (vgl. von Beyme 1994 : 99; Merkel

³² Laut Merkel (1999 : 77ff.) gibt es insgesamt vier Theoriestränge, die in der politischen Transformationsforschung vertreten werden: 1. der *system- und modernisierungsorientierte Ansatz*, der den Zusammenhang zwischen den funktionalen Erfordernissen sozioökonomischer Systeme und der Herausbildung politischer und sozialer Strukturen sowie zwischen wirtschaftlicher Entwicklung und Demokratie untersucht; 2. der *strukturorientierte Ansatz*, der den Zusammenhängen zwischen Machtstrukturen und Machtgewichtung Aufmerksamkeit widmet; 3. der *kulturistische Ansatz*, der die kulturellen und religiösen sowie zivilgesellschaftlich-sozialen Faktoren in den Mittelpunkt stellt; 4. der *akteursorientierte Ansatz*, der die Handlungen der politischen Akteure in den Vordergrund stellt. Eine Synopse der theoretischen Überlegungen, die in der politischen Transformationsforschung diskutiert werden, bietet Tzankoff (2001 : 13ff.).

³³ Bei den vorangegangenen handelt es sich um die erste lange Demokratisierungswelle (1828-1922/26), bei der weltweit Demokratien entstanden sind, die zweite kurze Demokratisierungswelle der Nachkriegsdemokratien in Deutschland, Italien und Japan, sowie schließlich um die dritte Demokratisierungswelle in Lateinamerika und Südeuropa, die 1974 mit dem Militärputsch in Portugal begann (vgl. Merkel 1999 : 173ff.; Weidenfeld 2001 : 14).

³⁴ Offe (1994 : 57ff.) beschrieb das „Dilemma der Gleichzeitigkeit“ ausführlich in *Der Tunnel am Ende des Lichts*. Er argumentierte, dass beim ost- und mitteleuropäischen Transformationsprozess Umgestaltungen auf der politisch-demokratischen, ökonomisch-marktwirtschaftlichen, sozialstaatlichen und territorial-nationalstaatlichen Ebene vorgenommen werden mussten. Das Dilemma habe in einer doppelten – prozessualen und strukturellen – Modernisierung bestanden. Hierbei habe es zwei Möglichkeiten gegeben: Entweder mussten die einzelnen Dimensionen der Moderne nacheinander nachgeholt werden oder sie mussten im Sinne eines Institutionentransfers auf die existierenden Hinterlassenschaften des Sozialismus aufgesetzt werden. Dies sei mit erheblichen Anpassungs- und Koordinationsschwierigkeiten verbunden gewesen. Angesichts der erheblichen Komplexität bezeichnete Offe

1999 : 73). Aus diesem Grund lassen sich die Erkenntnisse der seit Mitte der achtziger Jahre aktiven und auf Südeuropa und Lateinamerika ausgerichteten Transitionsforschung auf die Transformationsprozesse in postkommunistischen Ländern nur sehr begrenzt übertragen (vgl. Offe 1996 : 31).

Die Periodisierung von Transformationsprozessen

Ein grundlegender Ansatz bei der Analyse von Transformationsprozessen, der später bei der Analyse des Transformationsprozesses in den Medien aufgegriffen wird, ist die Periodisierung, also die Definition von Transformationsstufen. In der Politikwissenschaft werden drei Phasen des Systemwechsels als Intervall zwischen der alten und der neuen Ordnung unterschieden, wobei sich die einzelnen Transformationsstufen durchaus überlappen können. Dabei handelt es sich um das Ende des autokratischen Regimes, die Institutionalisierung der Demokratie sowie schließlich um die Konsolidierung der Demokratie (vgl. Merkel 1999 : 120):

1. Phase: Das Ende eines autokratischen Regimes

Bei der Ablösung autokratischer Systeme werden sechs spezifische Verlaufsformen³⁵ unterschieden: Die langandauernde Evolution, der vom alten Regime gelenkte Systemwechsel, der von unten erzwungene Systemwechsel, der ausgehandelte Systemwechsel, der Regime-Kollaps und der Zerfall und die Neugründung von Staaten.

Modi der Ablösung autokratischer Systeme in postkommunistischen Ländern

Typ der Ablösung	Land
Ausgehandelter Systemwechsel	Ungarn, Polen
Von altem Regime gelenkter	Albanien, Rumänien, Bulgarien

(1994 : 71) den ost- und mitteleuropäischen Transformationsprozess als eine „Pandorabüchse der Paradoxien“, welche in der westlichen Modernisierungsgeschichte keine Vorbilder habe und vor der „jede ‚Theorie‘ des Übergangs versagen muß“.

³⁵ Dem spezifischen Transformationsmodus maßen insbesondere die beiden US-amerikanischen Politologen Karl und Schmitter (1991 : 269ff.) eine signifikante Rolle beim Übergang von einem autokratischen Regime zur Demokratie bei. Sie argumentierten, dass der Modus der Transition über den Typus der sich entwickelnden Demokratie entscheide. Karl und Schmitter (1991 : 270) vertraten die Auffassung, dass es kein einheitliches *Set* an Voraussetzungen gebe, das die Entwicklung von Demokratie zulasse. Vielmehr existiere eine Vielfalt von Umständen, unter denen sich Demokratie, beziehungsweise verschiedene Typen von Demokratie, entwickeln könnten. Karl und Schmitter konstruierten eine Optionenmatrix mit möglichen Modi der Transition. Insgesamt benannten sie vier *idealtypische* Modi der Regime-Transition: 1. den Pakt, wenn Eliten sich auf einen multilateralen Kompromiss einigen können; 2. die Auferlegung (*imposition*), bei der Eliten unilateral zur Gewalt greifen, um einen Regimewechsel gegen den Widerstand der Amtsinhaber durchzusetzen; 3. die Reform, bei der sich Massen von unten mobilisieren und einen Kompromiss durchsetzen, ohne dabei die Gewalt zu bemühen; 4. die Revolution, wenn Massen zu Waffen greifen und das vorangegangene Regime mit Gewalt beenden (vgl. Karl/Schmitter 1991 : 275). Auf der empirischen Grundlage der Transitionen in Lateinamerika und Südeuropa kamen Karl und Schmitter (1991 : 280ff.) zu der Schlussfolgerung, dass es in den von ihnen untersuchten Ländern zumeist Transitionen *von oben* waren, also der Pakt und die Auferlegung, die zu irgendeinem Typus von Demokratie geführt haben. *Von unten* initiierte Transitionen, also die Reform und die Revolution, hätten hingegen selten zu einer Konsolidierung von Demokratie geführt. Das Modell der Transformationsmodi von Karl und Schmitter, das in der demokratischen Entwicklung in Südeuropa und Lateinamerika empirische Bestätigung fand, berücksichtigt keine sozioökonomischen oder kulturell-gesellschaftlichen Faktoren.

Systemwechsel	
Von unten erzwungener Systemwechsel	DDR, Tschechoslowakei ³⁶
Regime-Kollaps	DDR, Tschechoslowakei
Neugründung von Staaten	Republiken der ehemaligen Sowjetunion

Quelle: (vgl. Merkel 1999 : 129ff.).

Ein ausgehandelter Systemwechsel zeichnet sich durch eine Pattsituation zwischen Regimeeliten und der Regimeopposition aus, bei der keine Seite die Macht besitzt, die künftige Herrschaftsordnung einseitig zu definieren. Wenn beide Seiten *rational* agieren, kommt es zu Verhandlungen über eine neue politische Ordnung. „In einer Serie von Kompromissen und Pakten werden dann der Herrschaftszugang, die Herrschaftsstruktur, der Herrschaftsanspruch und die Herrschaftsweise neu definiert.“ (Merkel 1999 : 131)

Ein von alten Regimeeliten gelenkter Systemwechsel wird von Repräsentanten eines bestehenden autoritären Regimes initiiert und in seinem weiteren Verlauf kontrolliert. Die herrschenden Eliten bestimmen sowohl, wie die alten Strukturen abgelöst werden, als auch, welche Strukturen in der neuen Ordnung etabliert werden. Von unten erzwungene Systemwechsel zeichnen sich in der Regel durch zwei Komponenten aus: Es gibt keine Verhandlungen zwischen den Regimeeliten und der Opposition, und der Ablösungsprozess der alten Machthaber erfolgt relativ schnell. Voraussetzung für diesen Typus des Systemwechsels ist das Vorhandensein einer mobilisierten Öffentlichkeit, die ihren Protest gegen die bestehende Ordnung so machtvoll demonstriert, dass eine Unterdrückung mit repressiver Gewalt wenig erfolgversprechend erscheint. Der Kollaps eines autokratischen Systems liegt dann vor, wenn es zu einem abrupten Zusammenbruch kommt. Zumeist sind äußere Ursachen wie beispielsweise Kriege dafür verantwortlich. Zu einem Regime-Zusammenbruch kann es jedoch auch kommen, wenn latente innere Legitimitätskrisen durch Veränderungen außenpolitischer Konstellationen bloßgelegt werden. Wenn das Regime einen quasi-totalitären Charakter hatte und keinerlei Reformeliten oder Opposition zuließ, kommt es typischerweise zu einem totalen und schnellen Kollaps des alten Systems. Bei dem fünften Typus des Systemwechsels, der in postkommunistischen Ländern anzutreffen ist, zerfällt ein autokratisches oder totalitäres Imperium und es entstehen neue Staaten. Der Neubeginn eröffnet die Chance, eine demokratische Ordnung zu etablieren (vgl. Merkel 1999 : 130ff.).

2. Phase: Die Institutionalisierung der Demokratie

Diese Phase beginnt, wenn die politische Macht und Kontrolle den autoritären Regimeeliten entzogen ist und stattdessen demokratische Verfahren (institutionalisierte Regeln) eingesetzt werden. In der zweiten Phase werden neue demokratische Institutionen etabliert, wobei den handelnden politischen Akteuren bei der Ausgestaltung der neuen Ordnung sehr viel Spielraum gegeben ist. Es ist diese Phase, in der der künftige Typ des Regierungssystems festgelegt wird, beispielsweise das präsidentielle Regierungssystem, das präsidentiell-parlamentarische Regierungssystem, das parlamentarisch-präsidentielle Regierungssystem oder

³⁶ In der Tschechoslowakei und der DDR hat es eine Mischform von Systemwechseln gegeben.

das parlamentarische Regierungssystem³⁷. Im Gegensatz zu den Ländern der dritten Demokratisierungswelle³⁸ ergibt sich bei den postkommunistischen Ländern kein homogenes Bild.

Typen von Regierungssystemen in postkommunistischen Ländern

Regierungssystemtyp	Land
Präsidentielles Regierungssystem	Weißrussland, Kasachstan, Tadschikistan, Usbekistan, Georgien, Turkmenistan
präsidentiell-parlamentarisches Regierungssystem	Russland, Ukraine, Rumänien, Armenien, Kirgisien, Kroatien, Serbien
Parlamentarisch-präsidentielles Regierungssystem	Litauen, Polen, Moldawien, Montenegro
Parlamentarisches Regierungssystem	Albanien, Estland, Lettland, Slowakei, Tschechien, Ungarn, Slowenien, Bulgarien, Mazedonien

(Quelle: Merkel 1999 : 446)

In der Politikwissenschaft existiert eine Reihe von Erklärungsansätzen auf die Frage, warum sich in den einzelnen Staaten ein spezifischer Typus eines Regierungssystems durchgesetzt hat. Ein Ansatz geht beispielsweise davon aus, dass die Entscheidung das Ergebnis konkreter historisch-konstitutioneller Erfahrungen des jeweiligen Landes ist. Der aktorspezifische Ansatz hingegen argumentiert, dass die neue Ordnung das Ergebnis rationaler Strategien und Handlungen von Akteuren ist, die vor allem am eigenen Nutzen interessiert sind. Wiederum ein anderer Ansatz argumentiert, dass die neue Ordnung nach dem Muster anderer *erfolgreicher* Vorbild-Demokratien geformt wird (vgl. Merkel 141). Die Instabilität und das Risiko des Scheiterns der Demokratisierung sind in der zweiten Phase relativ groß, da „Normen, Institutionen und Interessen noch nicht in eine akzeptierte Balance gebracht worden sind, in der sie die politischen Entscheidungen gleichermaßen begrenzen wie legitimieren würden“ (Merkel 1999 : 137)³⁹.

3. Phase: Die Konsolidierung der Demokratie

Wann die Phase der Konsolidierung beginnt, wird in der Politikwissenschaft unterschiedlich aufgefasst. Merkel (1999 : 143) argumentierte, dass es sinnvoll sei, „die Verabschiedung der Verfassung oder die demokratische Revision der alten Verfassung als den Beginn der demokratischen Konsolidierung zu benennen [...], denn dann sind die wichtigsten politischen Spielregeln normiert und die zentralen politischen Institutionen wie Parlament, Regierung, Staatspräsident und Justiz etabliert“. In der Phase der Konsolidierung ist der Zustand von Normlosigkeit oder Normunsicherheit beendet.

Nicht eindeutig definiert ist, wann eine Demokratie als konsolidiert gelten kann. In der Transformationsforschung existieren sowohl minimalistische als auch sehr weit reichende Konsolidierungs-

³⁷ Zur weiteren Erläuterung dieser Systemtypen vgl. Merkel (1999 : 139).

³⁸ Dort war eine erstaunliche regionale Homogenität zu beobachten: In Südeuropa setzten sich beispielsweise ausschließlich parlamentarische Regierungssysteme durch, in Lateinamerika nur präsidentielle (vgl. Merkel 1999 : 141).

³⁹ Grilli di Cortona (1991 : 316) formulierte es folgendermaßen: „The institutional fluidity occurring during transitions arises because the form of government which is giving way has not yet been replaced by a new institutional structure, with new organizational principles and new rules.“

Konzepte. Als minimalistisch gilt beispielsweise die 1971 von Robert Alan Dahl formulierte Definition der Demokratie⁴⁰.

Maximalistische Konzepte gehen weiter: Nach der konstitutionellen Konsolidierung, welche die zentralen politischen Verfassungsinstitutionen umfasst, muss eine repräsentative Konsolidierung erfolgen, welche Parteien und Interessensverbände betrifft. Eine weitere Stufe stellt die Verhaltenskonsolidierung dar. Auf dieser Ebene agieren informelle Akteure: Militär, Großgrundbesitzer, Finanzkapital, Unternehmer, Bewegungen und Gruppen. Die letzte Stufe dieses von Merkel (1999: 145f.) vorgeschlagenen maximalistischen Konzepts umfasst die Konsolidierung der Zivilgesellschaft (*civil society*). Damit gemeint ist die Etablierung einer Staatsbürgerkultur als soziokultureller Unterbau der demokratischen Ordnung.

Eine breiter gefasste Perspektive in Bezug auf Transformationsstufen nahm die estnische Sozialwissenschaftlerin Lauristin (1997 : 79) ein, die einen Periodisierungsvorschlag von Zbigniew Brzezinski⁴¹ adaptierte. In der von ihr vorgeschlagenen Periodisierung des sozialen Wandels werden ebenfalls drei Transformationsstufen definiert: Der Durchbruch (1-5 Jahre ab Transformationsbeginn), die Festsetzung der Veränderungen (3-10 Jahre ab Transformationsbeginn) sowie schließlich die Entstehung einer stabilen demokratischen Ordnung (3-15 Jahre oder noch mehr ab Transformationsbeginn). In jeder Phase des gesamten Transformationsprozesses unterschied Lauristin (1997 : 79) drei Ebenen: die politische, die ökonomische sowie die legislative:

1. Der Durchbruch (ein bis zu fünf Jahre ab Transformationsbeginn)

Politische Ebene	Die Einführung der Grundlagen einer demokratischen Ordnung: eine freie Presse; das Ende des Ein-Parteien-Systems; die Entwicklung einer frühen Koalition, die Veränderungen befürwortet
Ökonomische Ebene	Die Stabilisierung der in die Krise geratenen Wirtschaft; Abschaffung von Preisbindung und Subventionen; Beendigung der Kollektivierung; erste, spontane Privatisierungen
Legislative Ebene	Abschaffung der willkürlichen Staatskontrolle über alle Lebensbereiche

2. Die Festsetzung von Veränderungen (drei bis zehn Jahre ab Transformationsbeginn)

Politische Ebene	Übergang von der Transformation zur Stabilisierung: neue Verfassung und neues Wahlrecht; freie und allgemeine Wahlen; dezentralisierte lokale Verwaltungen; stabile demokratische Opposition; neue politische Eliten
Ökonomische Ebene	Übergang von der Transformation zur Stabilisierung: neues Bankensystem; Privatisierung von kleineren und mittelständischen Unternehmen; Demonopolisierung; Entstehung einer neuen Wirtschaftsschicht
Legislative Ebene	Gesetzliche Regulierung von Eigentum und Wirtschaftswesen

⁴⁰ Dazu gehören acht institutionelle Garantien: 1. Assoziations- und Koalitionsfreiheit; 2. Recht auf freie Meinungsäußerung; 3. Recht zu wählen; 4. Recht, in öffentliche Ämter gewählt zu werden; 5. Recht politischer Eliten, um Wählerstimmen und Unterstützung zu konkurrieren; 6. Existenz alternativer, pluralistischer Informationsquellen; 7. freie und faire Wahlen sowie 8. Institutionen, die die Regierungspolitik von Wählerstimmen und anderen Ausdrucksformen der Bürgerpräferenzen abhängig machen (vgl. Dahl 1971 : 3).

⁴¹ Brzezinski, Zbigniew (1994): Polska scena obrotowa. *Polityka* (44) vom Oktober 1994. S. 29. Zitiert nach Lauristin (1997: 79).

3. Entstehung einer stabilen demokratischen Ordnung (drei bis 15 oder mehr Jahre ab Transformationsbeginn)

Politische Ebene	Konsolidierung: Entstehung stabiler politischer Parteien; Verwurzelung einer demokratischen politischen Kultur
Ökonomische Ebene	Kontinuierliches Wirtschaftswachstum, Massenprivatisierung, Entstehung einer kapitalistischen Lobby und einer Kultur privater Unternehmen
Legislative Ebene	Entstehung einer unabhängigen Justiz- und Rechtskultur

Der path-dependency-Ansatz

Bei der Analyse postkommunistischer Transformationsverläufe scheint außerdem der *path-dependency*-Ansatz sehr geeignet, die Logik der sich vollziehenden Prozesse zu begreifen. Dieser Ansatz geht davon aus, dass die Interdependenzen von alten und neuen Institutionen und die damit verbundenen Rückkopplungsmechanismen im Ergebnis einen spezifischen Entwicklungspfad vorzeichnen, welcher unter anderem auch durch die Vergangenheit geprägt ist (vgl. Nielsen/Jessop/Hausner 1995 : 6). „Politische und ökonomische Akteure nehmen durch die Gestaltung der Reformprogramme Einfluß auf die Gestaltung der Entwicklung, werden jedoch in ihren Wahlhandlungen durch die historisch gewachsenen und weiterhin existierenden Institutionen beschränkt.“ (Siehl 1997 : 15f.) Siehl (ibid) schlug vor, zwischen zwei Analyseebenen zu unterscheiden:

1. der allgemeinen Ebene struktureller Gemeinsamkeiten aller postkommunistischen Staaten, die sich durch die Zugehörigkeit zu der besonderen gesellschaftlichen Formation des Sozialismus erklären lassen;
2. der spezifischen Ebene eines Landes oder einer Region, weil sich die einzelnen Gesellschaften Ost- und Mitteleuropas trotz sozialistischer Gemeinsamkeiten aufgrund der kulturellen und historischen Besonderheiten zum Teil erheblich voneinander unterscheiden.

Laut Offe (1994 : 239) ermöglicht es der *path-dependency*-Ansatz, „der postkommunistischen Konstellation von Gesellschaftsproblemen den Rang eines vorbildlosen Sonderfalls rapiden sozialen Wandels [zuzusprechen – K. H.], aber gleichzeitig [behält er – K. H.] die Ähnlichkeit der Probleme in den einzelnen Ländern wie das Vorhandensein nationaltypischer sozialer und kultureller Traditionen und institutioneller wie ökonomischer Ressourcen im Blick“.⁴²

Das angestrebte Resultat ist die Beschreibung einer Vielfalt nationaltypischer Transformationspfade, deren Verlauf nicht nur durch die 50-jährige gemeinsame Geschichte des Kommunismus, sondern darüber hinaus durch ökonomische, politische und kulturelle Voraussetzungen, welche in den letzten 500 Jahren herausgebildet worden sind, bestimmt wird. Am Beispiel der Tschechoslowakei, der DDR, Ungarns, Polens,

⁴² Wie wichtig eine derartige Perspektive ist, hat sich in der empirischen Realität bestätigt: In dem 1996 von der Weltbank vorgelegten World Development Report *From Plan to Market* wird erstmals der Universalismus herkömmlicher Wirtschaftsreformprogramme problematisiert und die Bedeutung verschiedener Kulturen und Traditionen hervorgehoben. „Bereits die Einleitung dieses Berichts hatte unterstrichen, worin sich der postkommunistische Wandel von Standardprogrammen unterscheidet, nämlich durch seine gesamtgesellschaftliche Dimension und durch seine Pfadabhängigkeit von den wie immer verzerrten sozialistischen Modernisierungserfolgen.“ (Müller 2001 : 9)

Bulgariens und Rumäniens entwickelte Offe (1994 : 243f.) fünf Jahre nach dem kommunistischen Regimekollaps eine Typologie, die unterschiedliche Aspekte umfasste und die die mittel- und südosteuropäischen Länder in folgende drei Gruppen einteilte:

	Tschechoslowakei/DDR	Polen/Ungarn	Bulgarien/Rumänien
Dauer des Regimewechsels	kurz	lang	sehr kurz
Modus des Regimewechsels	Kapitulation der alten Elite	Parteienkonkurrenz/Wahl (Polen ab 1990)	Kompromiss (Polen bis 1990)
geostrategische Lage	direkt an westeuropäische Länder grenzend	Mittellage ⁴³	räumlich entfernt von Westeuropa
Industrieproduktion pro Kopf vor 1989	hoch	mittel	niedrig
Niveau der nationalen Integration	nicht vorhanden/prekär	hoch	fragmentiert
Repressionsniveau des alten Regimes	mittel	niedrig	hoch
Kontinuität der politischen und ökonomischen Eliten	niedrig	mittel	hoch
Tempo des institutionellen Wandels des ökonomischen Systems	rasch (Tabula rasa)	lang (Pakt-Transition)	verschleppter Elitenwechsel
Aussichten auf EU-Integration	eher günstig	entfernt	sehr entfernt
Wirtschaftsreformen vor 1989	intensiv bis 1968, dann abgebrochen	kontinuierlich und nach 1968 zunehmend	sehr schwach
Geschichte der internen Opposition	schwach, spät einsetzend, Intellektuelle (Kooptation/Emigration)	stark und kontinuierlich, zunehmend; Polen: Massenebene; Ungarn: Eliteebene/Partei	sehr schwach (Repression)
Verfassungsentwicklung	setzt erst nach der territorialen Reorganisation ein, kein Referendum	graduelle Revision der alten Verfassung, Referendum möglich	rasche Verabschiedung einer neuen Verfassung; Referendum durchgeführt
Umfang des privaten Sektors bis 1989	klein und abnehmend	groß und zunehmend	nicht vorhanden
konfessionelle Struktur	bedeutende protestantische Elemente	römisch-katholisch	orthodox
internationale Krisen, militärische Repression	dramatisch (1953, 1961, 1968)	mittel; Ungarn 1956; Polen 1981	
vorwiegender Modus der gesellschaftlichen Integration	ökonomisch	national	repressiv

Die von Offe vorgenommene Klassifizierung dieser sechs postkommunistischen Länder veranschaulicht einige der zahlreichen Aspekte, die bei der Analyse von Transformationsprozessen in postkommunistischen Ländern berücksichtigt werden können, um spezifische Transformationspfade nachzuzeichnen. Die Stärke derartiger typologisierender Durchsichten besteht darin, dass sie in der Lage sind, anhand einer Auswahl historischer und politischer Voraussetzungen sowie sozioökonomischer und kultureller Variablen unterschiedliche Typen postkommunistischer Länder zu identifizieren.

Diese Herangehensweise wird in der vorliegenden Untersuchung bei der Analyse im Abschnitt 2. 5. dieses Kapitels aufgegriffen, um die Charakteristika des polnischen Pfades der allgemeinen Transformation

⁴³ Hierbei muss angemerkt werden, dass Ungarn – wenngleich etwas entlegen – ebenfalls direkt an ein westeuropäisches Land, nämlich Österreich, grenzt.

aufzuzeigen. Der allgemeine Transformationspfad ermöglicht wiederum Rückschlüsse auf Kopplungswirkungen mit dem spezifischen medienbezogenen Transformationsprozess und der Entwicklung des Mediensystems.

1. 4. Die retrospektive Betrachtung: Transformationspfade in postkommunistischen Ländern

Während die Transformationsforschung Anfang der neunziger Jahre über die künftige Entwicklung und das Schicksal postkommunistischer Länder in der Regel lediglich spekulieren konnte, ermöglichen es heute die Erfahrungen aus mehr als 13 Jahren, die Transformationsprozesse retrospektiv zu betrachten und zu analysieren. In dieser empirisch abgesicherten Sichtweise zeichnen sich einige charakteristische Transformationsstränge und Verlaufsmuster ab, wobei die Kernschlussfolgerung der retrospektiven Betrachtung folgendermaßen lautet: Die postkommunistischen Länder haben sich sehr unterschiedlich entwickelt und sie haben unterschiedliche Transformationsrichtungen eingeschlagen. Der folgende Überblick über die Entwicklung postkommunistischer Länder ermöglicht es, die verschiedenen Transformations- und Entwicklungspfade zu erkennen und die spezifische *Transformations-Performance* Polens einzuordnen. Aus der Perspektive einer *Rückkehr nach Europa* beziehungsweise *Hinwendung zum westlichen Typus* betrachtet, sind es vor allem die mitteleuropäischen Länder Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Slowenien und die drei baltischen Staaten, die diese Transformationsrichtung eingeschlagen und diesen Weg erfolgreich beschritten haben. 13 Jahre nach Transformationsbeginn haben sie strukturell, institutionell und kulturell⁴⁴ wesentlich mehr mit den westlichen marktwirtschaftlichen Demokratien gemein als mit zahlreichen ehemaligen Bruderstaaten des kommunistischen Blocks. Andere postkommunistische Länder haben den Transformations- und Demokratisierungsprozess spät und halbherzig oder erst gar nicht eingeleitet oder auch wieder zurückgenommen. Die Inhomogenität der postkommunistischen Transformationsprozesse und Entwicklungen wird zunehmend bestätigt: „There is no post-communist transition. There are only post-communist transitions – processes of change with quite different directions, and which have dramatically dissimilar outcomes.“ (Dauderstädt/Gerrits 2000 : 2)

Der französische Wissenschaftler und ehemalige Berater⁴⁵ Vaclav Havel, Jacques Rupnik (1999/2000 : 54), vertritt die Auffassung, dass die Beschreibung der aus dem Sowjetimperium hervorgegangenen Staaten als *postkommunistisch* jegliche Aussagekraft verloren habe: „Wie sollte auch der gemeinsame Nenner von Ungarn und Albanien, Tschechien und Weißrußland oder Polen und Kasachstan aussehen? Ihre kommunistische Vergangenheit kann kaum zum Verständnis der grundverschiedenen Wege beitragen, die sie seit 1989 eingeschlagen haben.“⁴⁶

⁴⁴ Man kann durchaus argumentieren, dass die kulturellen Gemeinsamkeiten schon immer größer waren.

⁴⁵ Vgl. hierzu URL: www.kosovocommission.org/commission/rupnik.html, Stand 14. März 2002.

⁴⁶ Eine ähnliche Auffassung in Bezug auf die Frage, ob die postkommunistischen Länder noch immer als ein Komplex aufgefasst werden können, vertritt Müller (2001 : 10): „Angesicht der Diversifizierung der postkommunistischen Entwicklung ist ein Begriff von Transition, der einen universellen Trend zur Marktwirtschaft und Demokratie unterstellt, aus sachlichen und methodischen Gründen nicht mehr zu halten.“

Bereits 1996 differenzierte Gati (6ff.) in postkommunistischen Ländern drei unterschiedliche Gruppen:

- die sieben Anführer/*leaders* (Tschechien, Polen, Ungarn, Slowenien, Estland, Lettland, Litauen),
- die zwölf Nachzügler/*lagards* (Slowakei, Albanien, Bulgarien, Rumänien, Kroatien, Serbien, Bosnien-Herzegowina, Mazedonien, Russland, Ukraine, Moldawien, Weißrussland)
- die acht Verlierer/*losers* (Armenien, Aserbajdschan, Georgien, Kasachstan, Kirgisien, Tadschikistan, Turkmenistan, Usbekistan).

Während sich die Anführer durch politische und wirtschaftliche Reformen auszeichneten, waren bei den Nachzüglern, die von semi-autoritären Regimen regiert wurden, sowohl Reorganisation als auch Reformbarrieren anzutreffen. Die Führungseliten dieser Länder waren unwillig, sogar bescheidene Marktreformen durchzuführen, sie tolerierten eine halbfreie Presse und legitimierten ihre Macht in scheinbar freien, aber tatsächlich manipulierten Wahlen. Die Verlierer-Länder wurden von autoritären Regimes regiert, die keine Reformen eingeleitet hatten und Repressalien verwendeten.

An dieser Dreiteilung der ehemals kommunistischen Staaten hat sich auch fünf Jahre später nicht viel verändert. Basierend auf einer umfangreichen Erhebung zum politischen Prozess, zur Zivilgesellschaft, zur Unabhängigkeit von Medien, zur Regierungs- und Verwaltungsreform, zu den verfassungsrechtlichen, legislativen und judikativen Rahmenbedingungen, zur Privatisierung, zur Makro- und Mikroökonomie in dem Zeitraum von 1997 bis 2001 teilte Motyl (2001 : 36ff.) die 27 aus dem ehemaligen Ostblock hervorgegangenen Staaten in folgende drei Gruppen ein:

- marktwirtschaftlich-demokratische Staaten
- despotische Staaten
- dazwischenliegende parasitär-autoritäre Staaten.

Obwohl Motyl (2001 : 36) eine erstaunliche Beständigkeit der anzutreffenden Dreiteilung feststellte, sah er durchaus Entwicklungspotenzial: „The most and least advanced clusters – the democracies and the despotisms – [...] have consolidated, but a fracturing of the middle-of-the-road authoritarian states appears to be underway.“

Aufteilung der postkommunistischen Staaten nach Motyl

Am weitesten entwickelte Länder: marktwirtschaftliche Demokratien	Mitte: Entwicklung in Richtung marktwirtschaftliche Demokratien	Mitte: parasitär-autoritäre Länder	Mitte: Entwicklung in Richtung despotische Staaten	Am geringsten entwickelte Länder: despotische Staaten
Polen Ungarn Tschechien Estland Lettland Litauen Slowenien	Slowakei Bulgarien Kroatien Rumänien	Georgien Moldawien Mazedonien Armenien Albanien	Ukraine Russland Kirgisien	Jugoslawien Kasachstan Aserbaidshan Tadschikistan Usbekistan Weißrussland Turkmenistan

Mit der Frage, warum sich die ehemaligen Ostblock-Staaten so unterschiedlich entwickelt haben, beschäftigte sich unter anderem Jacques Rupnik (1999/2000). In seiner Analyse postkommunistischer Übergänge⁴⁷ konstatierte er, dass es für den unterschiedlichen Verlauf der Transformationsprozesse keine monokausale Erklärung gebe. Er identifizierte sechs Faktoren⁴⁸, die seiner Auffassung nach den Transformationsprozess in postkommunistischen Ländern beeinflusst haben und die in der vorliegenden Arbeit als relevante Faktoren der allgemeinen Transformation und Entwicklung bei der Analyse in das Untersuchungsraaster zur Ermittlung des spezifischen polnischen Pfades aufgenommen werden.

1. Die Hinterlassenschaft des Kommunismus

Rupnik (1999/2000 : 57f.) argumentierte, dass der spezifische Modus⁴⁹ der Abkehr vom Kommunismus und des Überganges zu einem neuen System nur im Frühstadium eine Rolle spiele. Langfristig relevant sei dagegen, wie tief und in welcher Weise der Kommunismus die Gesellschaft geprägt habe. Während beispielsweise nach dem Zweiten Weltkrieg in Rumänien, Bulgarien und Albanien totalitäre Strukturen vorgeherrscht hatten, habe in Polen und Ungarn bereits Mitte der fünfziger Jahre ein Reform- und Anpassungsprozess begonnen. In diesen mitteleuropäischen Ländern habe es Staatskrisen und Dissidentenbewegungen gegeben, was letztendlich zur Entstehung alternativer politischer Eliten geführt

⁴⁷ In seinem Beitrag *Landschaft nach der Schlacht* fasste Rupnik (1999/2000 : 54f.) zunächst Polen, Ungarn, Tschechien, Slowenien und die baltischen Staaten in einer Gruppe zusammen, die die *Erfolgsstory* verkörpert. Die zweite Gruppe, die Balkan-Länder, zeichnete sich durch einen *entgleisten* Übergang aus, weil in dieser Region die Bildung von Nationalstaaten Vorrang vor politischen und wirtschaftlichen Reformen erhalten hatte und das Erbe des Kommunismus und die wirtschaftliche Rückständigkeit Entwicklungsbarrieren bildeten. In die dritte Gruppe platzierte Rupnik Russland, welches sich am Rande einer wirtschaftlichen Katastrophe befände und hin und her gerissen sei zwischen fehlgeschlagenen Reformen und einer Restauration des Ancien régime. Rupnik bescheinigte den Erfolgs-Ländern, dass sie die notwendigen Reformen eingeleitet hätten. Im krassen Gegensatz dazu stünden die Länder auf dem Balkan und die meisten Nachfolgestaaten der ehemaligen Sowjetunion, wo „hybride Regime an der Macht [sind – K. H.], die sich durch eine Mischung aus autoritärem Nationalismus und korruptem Kapitalismus auszeichnen“ (Rupnik 1999/2000 : 55f.).

⁴⁸ Diese Faktoren wurden auch von anderen Autoren aufgegriffen und bestätigt. Vgl. beispielsweise Ekiert (1999) sowie Dauderstädt/Gerrits (2000). Weidenfeld (2001 : 12) stellte fest: „The very diversity of transformations that have succeeded shows that cultural, historical and political factors must be considered in the charting of the course.“

⁴⁹ Darunter zu verstehen sind der ausgehandelte Systemwechsel, der von unten erzwungene Systemwechsel etc.

habe, die nach dem Zusammenbruch des Kommunismus die Macht übernehmen konnten. In Südosteuropa, wo totalitäre Regime keine Alternativen zuließen und sich deshalb keine nennenswerten Oppositionsbewegungen entwickeln konnten, seien die ersten freien Wahlen von ex-kommunistischen Parteien gewonnen worden.⁵⁰ Auch Motyl (2001 : 39) argumentierte, dass es nicht politische Weisheit gewesen sei, die dazu geführt habe, dass sich mitteleuropäische Länder demokratischer entwickelt haben als der Rest. Das spezifische Erbe des Kommunismus war für ihn der Hauptgrund für die unterschiedliche Entwicklung postkommunistischer Länder: „Those countries that were least totalitarian and least imperial by and large joined the first category of advanced polities. With elements of democracy, the market, rule of law, and civil society already in place in the period 1989-1991, they were best positioned to push weakly totalitarian and imperial institutions along existing developmental trajectories toward further democratisation and marketization.“ (Motyl 2001 : 39)

2. Der Markt und die Zivilgesellschaft

Im wirtschaftlichen Bereich waren laut Rupnik (1999/2000 : 58) für Transformationsfortschritte zwei Komponenten von Bedeutung: das allgemeine wirtschaftliche Entwicklungsniveau sowie das Ausmaß der Reform-Maßnahmen nach 1989. Auf der ersten Ebene gab es erhebliche Unterschiede zwischen Ländern wie der Tschechoslowakei, die nach dem Zweiten Weltkrieg zu den zehn bedeutendsten Industriestaaten zählte, Ungarn, das in den achtziger Jahren große Reformanstrengungen unternommen hatte, und Rumänien, wo Reformen aufgrund orthodoxer Ideologie gänzlich ausgeblieben waren. Auf der zweiten Ebene schwankten die Reform-Maßnahmen nach 1989 zwischen Schock-Therapie (z. B. in Polen) und schrittweisem, beziehungsweise verschobenem Übergang zur Marktwirtschaft (Bulgarien, Rumänien).⁵¹ Diese – zum Teil krassen – ökonomischen Unterschiede spiegeln sich in der Größe des Privatsektors, im Außenhandel, in den Wachstumsraten sowie in der Präsenz ausländischer Investoren wider.⁵² Mit Bezug auf Ralf Dahrendorfs *Betrachtungen über die Revolution in Europa*⁵³ konstatierte Rupnik (1999/2000 : 59), dass sich in Mitteleuropa eine *rechtsliberale* Definition von Zivilgesellschaft als ein Bestandteil der Marktgesellschaft durchgesetzt habe. In Südosteuropa habe sich die Definition der Zivilgesellschaft als ein dritter Sektor der

⁵⁰ Dieses Phänomen beschrieben Snyder und Vachudova (1997 : 3) folgendermaßen: „Moderate democrats in these states [Romania and Bulgaria – K. H.] were shunted aside by former Communists, who were able to use ethnic nationalism to forge a new political identity.“ Rupnik stellte fest, dass es paradoxerweise die am wenigsten sowjetisierten Gesellschaften waren – Ceausescu, Tito und Hoxha waren zu Moskau auf Distanz gegangen –, die geringe Erfolge beim Übergang zur Demokratie verzeichneten.

⁵¹ Das betonten auch Snyder und Vachudova (1997 : 3): „Romania and Bulgaria [...] began with the most impoverished economies of the region, and their halting reform have brought great hardship without accomplishing a systematic transition to the free market.“

⁵² Dauderstädt und Gerrits (2000) wiesen darauf hin, dass *gute* Demokratien nicht zwangsläufig zu erfolgreichen wirtschaftlichen Reformen führten. In Ost- und Mitteleuropa sei die Hinwendung zur Marktwirtschaft jedoch bemerkenswert konsistent mit der Hinwendung zur Demokratie gewesen.

⁵³ In seinem international viel beachteten Aufsatz definierte Dahrendorf (1990 : 94) drei Grundlagen von Demokratie: demokratische Institutionen, funktionierende Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Für Ost- und Mitteleuropa wagte er die Prognose, dass der institutionelle und konstitutionelle Umbau sechs Monate dauern würde, das wirtschaftliche *Tal der Tränen* nach sechs Jahren überwunden wäre. Die Herausbildung einer demokratischen Kultur und einer Zivilgesellschaft – im Sinne einer zivilen und engagierten Bürgerkultur – würde hingegen mindestens 60 Jahre in Anspruch nehmen.

Nichtregierungsorganisationen als wichtiger erwiesen. Dieser Sektor konnte „die Schwäche der Mittelschichten und der politischen Opposition gegen halbautoritäre Regierungen [...] teilweise kompensieren“ (Rupnik 1999/2000 : 59f.)

3. Rechtsstaatlichkeit

Die Schaffung rechtsstaatlicher Verhältnisse stellt für Rupnik (1999/2000 : 60) einen zentralen Faktor für einen erfolgreichen Übergang zu Demokratie und Marktwirtschaft dar. In diesem Bereich zeigten die politischen Eliten in Mitteleuropa eine wesentlich größere Bereitschaft, das westliche Konzept des Rechtsstaates und der Gewaltenteilung zu akzeptieren und zu adaptieren. Rupnik führte dies auf das Erbe des habsburgischen Reiches in Mitteleuropa im Gegensatz zum osmanischen Erbe in Südosteuropa zurück. Auch Huntington (1993 : 30) betonte die Bedeutung der historischen Grenzen zwischen dem habsburgischen und dem osmanischen Reich.

4. Nationalstaatsbildung und Homogenität

Als einen weiteren bedeutenden Faktor beim Verlauf von Transformationsprozessen in postkommunistischen Ländern definierte Rupnik die Nationalstaatsbildung, die in einigen Ländern des ehemaligen Ostblocks gegenüber der Einführung demokratischer und rechtsstaatlicher Verhältnisse dominierte. „Die Angst, Freiheit und Demokratie könnten die Sache der Nation bedrohen [...], war nach 1989 zweifelsohne ein wichtiger Grund dafür, dass der Übergang in Ex-Jugoslawien und Ex-Sowjetunion vom demokratischen Weg abkam.“ (Rupnik 1999/2000 : 61) Die Tatsache, dass die nationale Frage in Südosteuropa eine größere Rolle als in Mitteleuropa spielte, wird darauf zurückgeführt, dass insbesondere in Polen, aber auch in Ungarn der Grad der ethnischen Homogenität sehr hoch ist. Rupnik (1999/2000 : 62) betonte, dass es absurd wäre zu behaupten, dass ethnische Homogenität eine Voraussetzung für Demokratie darstelle. Die unterschiedliche ethnische Situation in Mittel- und Südosteuropa sei jedoch für die unterschiedlichen Übergangswege mitverantwortlich gewesen. Snyder und Vachudova (1997 : 2) sahen im ethnischen Nationalismus sogar den Hauptgrund⁵⁴ für die Entstehung verschiedener Transformationswege in Mitteleuropa und Südosteuropa. „In states, where no effective opposition movement had existed (Romania, Bulgaria, Slovakia), electorates voted for former communists who sought to distinguish themselves from the ancien regime by way of national gestures. Ethnic nationalism worked as a kind of political shortcut.“ (Snyder/Vachudova 1997 : 6)

5. Das kulturelle Rückgrat der Demokratie

Als fünften Faktor für eine erfolgreiche Etablierung der Demokratie griff Rupnik den kulturellen Hintergrund auf. In der politischen Transformationsforschung geht der kulturtheoretisch orientierte Ansatz

⁵⁴ Als zwei weitere entscheidende Faktoren betrachteten Snyder und Vachudova (1997 : 2) die Natur des Regimewechsels sowie den relativen und absoluten ökonomischen Erfolg. Während beispielsweise in Polen, Ungarn und Tschechien im Jahre 1989 neue, liberale und mit Dissidenten besetzte Regierungen an die Macht kamen, hätten in der Slowakei, in Bulgarien und in Rumänien von 1989 bis 1996 nationalistische Kommunisten die Regierungspolitik dominiert.

der religiös-kulturellen Zivilisationstypen beispielsweise davon aus, dass nicht säkularisierte Kulturen die Verbreitung demokratiestützender Normen und Verhaltenweisen der Gesellschaft nicht fördern⁵⁵. Auch Sundhausen (1995 : 80ff.) wies auf langfristig gewachsene Kulturmuster hin, die die soziokulturellen Rahmenbedingungen des Transformationsprozesses mitdefinieren. Er betonte, dass Menschen sich nur dann mit den Transformationszielen identifizierten und sie deshalb auch unterstützten, wenn diese in ihrer Kulturtradition verwurzelt sind.⁵⁶ Sundhausen (1995 : 84) verwies in diesem Kontext auf eine Studie, in der Konrád und Szelényi bereits in der Ära des Kommunismus zwei homogene und gegeneinander separierte Gebiete in Ost- und Mitteleuropa ausmachten: „das prawoslawische Osteuropa, zu dem außer Russland vielleicht nur Rumänien, Bulgarien und Serbien gehören, und jener mitteleuropäische Streifen, in dem sich der Einfluß des westlichen Christentums widerspiegelt, vom Baltikum über Polen und Ungarn bis nach Kroatien.“ (Konrád/Szelényi 1978 : 142) Auch Huntington (1993 : 30) wies in seinem berühmt gewordenen Beitrag *The Clash of Civilizations?* auf den kulturell-religiösen Aspekt hin: „The most significant line in Europe [...] may well be the eastern boundary of Western Christianity in the year 1500.“ Rupnik (1999/2000 : 63) plädierte dafür, kulturelle und religiöse Faktoren mitzuberechnen. Gleichzeitig warnte er jedoch vor einem kulturellen und religiösem Determinismus.

6. Das internationale Umfeld

Als letzten bedeutenden Faktor nannte Rupnik das internationale Umfeld. Eine Ausweitung der Untersuchungsperspektive auf das internationale Umfeld, also auf exogene Faktoren, ist tatsächlich zwingend, um Transformationsprozesse in postkommunistischen Ländern nachvollziehen zu können. In diesem Zusammenhang ist die euro-atlantische Integration (Beitritt zur NATO und EU) von zentraler Bedeutung: Sie wurde von einer Reihe der neu entstandenen Demokratien als oberstes außenpolitisches Ziel formuliert. Sowohl die NATO als auch die EU machten eine Aufnahme von der Realisierung demokratischer Verhältnisse abhängig. Grilli di Cortona stellte bereits im Jahre 1991 (325) die These auf, dass sich die Situation im ehemaligen Ostblock dadurch auszeichne, dass vor allem die mitteleuropäischen Länder ein größeres Bedürfnis hätten, in Europa integriert zu werden: „Democratization might thus be easier than in other Communist countries.“

⁵⁵ In Anlehnung an Samuel Huntington klassifizierte Merkel (1999 : 96f.) acht Zivilisationstypen, wonach die westliche Kultur (Liberalismus, Protestantismus) die demokratiefreundlichste ist, gefolgt von der lateinamerikanischen Kultur (Katholizismus), der japanischen Kultur, der slawisch-orthodoxen Kultur, der hinduistischen Kultur, der afrikanischen Kultur, der konfuzianischen Kultur und schließlich zuallerletzt der islamischen Kultur.

⁵⁶ Jakubowicz (o. J. : 20) griff diesen Aspekt ebenfalls auf. Der *Identifikationstheorie* zufolge haben sich einige Nationen des ehemaligen Ostblocks niemals mit dem Kommunismus identifiziert und stets dagegen angekämpft. Ganz im Gegensatz zur russischen Bevölkerung, die sich mit dem kommunistischen System identifizierte und der Alternativen zum Kommunismus fremd erschienen. Ekiert (1999) sprach vom Phänomen des *homo sovieticus*, dem er unter anderem durch Rückständigkeit, Opferrolle, Intoleranz, politische Passivität, Abneigung gegenüber Wettbewerb sowie eine extreme Erwartungshaltung in Bezug auf Wohlfahrt attestierte. Sundhausen (1995 : 86) betonte, dass in einigen Ländern des ehemaligen Ostblocks eine *Verwestlichung* als eine Bedrohung der eigenen kollektiven Identität interpretiert werden würde: „Während sich in den Gesellschaften Ostmitteleuropas ein breiter Konsens hinsichtlich der Zugehörigkeit zum abendländischen Europa abzeichnet, ist die seit anderthalb Jahrhunderten andauernde Orientierungsdebatte in Rußland, Rumänien, Bulgarien, Serbien [...] noch immer nicht abgeschlossen.“

Vor diesem Hintergrund erscheint es nur konsequent, dass sich die Aspiranten bei der institutionellen Ausstattung der Demokratie an den westlichen Vorbildern orientierten. Rupnik (1999/2000 : 65) stellte fest, dass es im Bereich der politischen Institutionen westeuropäische Modelle seien, die die demokratische Ausgestaltung in vielen postkommunistischen Ländern prägen. Der Übergang zur Marktwirtschaft sei hingegen weitgehend von US-amerikanischen Wirtschaftsliberalen beeinflusst worden. Müller (2001 : 5) vertritt die Auffassung, dass die liberalistische Programmatik des so genannten *Washingtoner Konsensus*⁵⁷ kraft seiner institutionellen Machtstellung und der personellen, finanziellen und politischen Ressourcen das Feld vorstrukturierte und eine erhebliche Verengung der Perspektive mit sich brachte. „Die institutionellen Orte, an denen der theoretische Rahmen und die grundlegenden Fragen der Transformationsforschung abgesteckt wurden, waren [...] weniger die sozialwissenschaftlichen Fachbereiche der Universitäten als vielmehr die Forschungsabteilungen der Weltbank und des Internationalen Währungsfonds, entwicklungspolitische Organisationen, zahlreiche neugegründete Institute und die Think Tanks der Politikberatung.“ (Müller 2001 : 5)

Neben der US-Außenpolitik und den ökonomischen Richtungsweisungen, die vom IWF, der Weltbank, der OECD und der EBRD vorgegeben wurden, spielte bei einer Gruppe postkommunistischer Länder insbesondere die EU eine bedeutende Integrationsrolle. Genauso wie die einzelnen Kandidaten auf den Beitritt in die EU hinarbeiteten und kontinuierlich EU-Standards adaptierten, hat die aktive Integrationspolitik der EU – beispielsweise das Konzept des Institutionentransfers (Twinning) sowie die finanzielle Unterstützung von Reformprojekten⁵⁸ – den Transformationsprozess in den einzelnen Ländern mitbestimmt und mitgeprägt. Bereits 1994 prophezeite von Beyme (106), dass die zunehmende internationale Verflechtung es schwer machen würde, den demokratischen Weg wieder aufzugeben. Auch Müller (2001 : 11) konstatierte, dass die Integrationsstrategie der EU der Entwicklung in Mitteleuropa „eine Kohärenz und Finalität verleiht, die den Nachfolgestaaten der früheren Sowjetunion einstweilen fehlt“. Während postkommunistische Länder aus der Perspektive einer *Rückkehr nach Europa* beziehungsweise *Hinwendung zum westlichen Typus* in die drei Gruppen der Gewinner, Nachzügler und Versager eingeteilt werden können, müssen sie aus der Perspektive der Schaffung einer neuartigen Zivilgesellschaft allesamt als Verlierer gelten. Diese mit einer radikalen gesellschaftlichen Erneuerung verbundene Transformationsoption

⁵⁷ Unter *Washingtoner Konsensus* wird die Programmatik verstanden, der sich die US-Administration und die von ihr dominierten internationalen Finanzinstitutionen seit Ende der 70er Jahre verschrieben haben. Die wichtigsten Eckpfeiler stellen Liberalisierung, Privatisierung, Öffnung der Märkte und Finanzdisziplin dar. Zwischen Januar 1990 und April 1995 waren in immerhin 24 postkommunistischen Ländern Reformprogramme nach dem Muster des *Washingtoner Konsensus* angelaufen (vgl. Müller 2001 : 5 u. 7; Kołodko 1999 : 234). Die Erfahrungen der letzten Jahre zeigen aber, dass diese universalistische Programmatik mit ihren exemplarischen Lösungswegen – von Stark (1992 : 17) als „Designer-Kapitalismus“ bezeichnet – nur in einigen Ländern erfolgreich war, weil sich vorgefertigte Lösungen offenbar nicht überall aufstülpen lassen. Grzegosz Kołodko (1999 : 234), von 1994 bis 1997 polnischer Vize-Premier und Finanzminister, thematisierte die Defizite des *Washingtoner Konsensus* folgendermaßen: „Being developed for another set of conditions, initially this approach was missing crucial elements necessary for systemic overhaul, stabilisation and growth.“ Tatsache ist, dass in vielen postkommunistischen Ländern nach dem Zusammenbruch des Kommunismus beschleunigter wirtschaftlicher Abstieg, Korruption und institutioneller Verfall vorherrschten. Eine Gruppe postkommunistischer Länder hat sich in den neunziger Jahren sogar zu einer Region entwickelt, die den höchsten Zuwachs an Armut verzeichnet. Die Anzahl der Menschen, die in Osteuropa und Zentralasien von weniger als zwei US-Dollar pro Tag leben müssen, ist beispielsweise von 16,8 Millionen im Jahre 1987 auf 98,2 Millionen im Jahr 1998 angestiegen (vgl. Müller 2001 : 7 ; *Attacking* 2001).

⁵⁸ Beispielsweise die Programme Phare und Tempus.

wurde in keinem postkommunistischen Land verwirklicht. Wie die Erfahrungen in der Retrospektive zeigen, wurden modelltheoretische Alternativen zum westlichen Modell⁵⁹ – beispielsweise der so genannte *dritte Weg* des demokratischen Sozialismus mit der Positionierung der politischen, wirtschaftlichen und sozialen Ordnung zwischen Kapitalismus und Kommunismus oder das weiter reichende Konzept einer sich selbst verwaltenden Zivilgesellschaft – in der postkommunistischen Realpolitik in keinem Fall ernsthaft in Erwägung gezogen (vgl. von Beyme 1994 : 101; Mänicke-Gyöngyösi 1995 : 30).

Viele Intellektuelle, die den Übergang vom kommunistischen System zu einer neuen zivilen Gesellschaftsordnung modelltheoretisch vorbereitet oder diese Konzepte befürwortet hatten, zeigten sich überrascht und enttäuscht, dass sich nach dem Kollaps des Kommunismus kein originäres Modell durchgesetzt hat, sondern dass sich ein bedeutender Teil der postkommunistischen Länder ganz profan an westlichen Vorbildern orientierte: „If one really thinks about it, the most surprising thing about the events of 1989 in Central and Eastern Europe was not the downfall of communism [...], but the (re-)introduction of capitalism that followed it.“ (Jakubowicz 1994 : 271)⁶⁰ Während in manchen intellektuellen Kreisen mitunter immer noch beklagt wird, dass die Chance zur Schaffung eines besseren Systems gesellschaftlicher Organisation vertan worden ist, existierte gegenüber den auf eine idealtypische Gesellschaft zielenden Konzepten und Modellen von Beginn an eine weit verbreitete und aus pragmatischer Sicht berechnete Skepsis. Offe (1994b : 237) argumentierte beispielsweise, dass postkommunistische Länder „ökonomisch und politisch [...] keine andere Wahl [hatten – K. H.], als zu versuchen, das institutionelle Gerüst kapitalistischer Demokratien des Westens zu kopieren.“⁶¹

Tatur (1991 : 251) stellte fest, dass Ende der achtziger Jahre nicht nur die ökonomischen, sondern auch die organisatorischen Ressourcen fehlten, um das ursprüngliche Projekt der Zivilgesellschaft wieder aufzunehmen, und dass sich außerdem die ursprünglichen Motive geändert hatten. Dubiel (1993 : 169) wiederum vertrat die Auffassung, dass eine grundlegende Fehleinschätzung in der Annahme bestanden habe, dass starke staatliche Systeme mit einer starken Zivilgesellschaft konfrontiert worden seien. Beide Seiten hätten sich als schwach erwiesen. „Naiv waren die Theoretiker der Zivilgesellschaft auch in bezug auf deren Rolle *nach* dem Umbruch. Deren Operationsbedingungen im Prozeß der Transformation werden durch zwei Umstände entscheidend geschwächt: Erstens durch die überragende und völlig unverzichtbare Rolle des Staates bei der Implementierung des marktwirtschaftlichen Umbaus und zweitens durch die fundamentalen sozialstrukturellen Verschiebungen, in deren Folge langfristig ein stark verändertes Muster von Assoziationen, Verbänden, Bewegungen etc. entstehen wird.“ (Dubiel 1993 : 169f.)

⁵⁹ Als *genuin* westlich gelten Demokratie, Gewaltenteilung, Marktwirtschaft und Rechtsstaat (vgl. Sundhausen 1995 : 84).

⁶⁰ Diese simplifizierende Feststellung mag als rhetorische Provokation gewertet werden.

⁶¹ Vgl. hierzu auch die Argumentation von Müller (2001 : 5). Anzumerken ist außerdem, dass zivilgesellschaftliche Potenziale in nur sehr wenigen ost- und mitteleuropäischen Ländern, in denen sich Bürgerbewegungen formiert hatten, existierten. Dies war beispielsweise in Polen und Ungarn der Fall. In den meisten post-kommunistischen Staaten fehlten hierfür jegliche Fundamente.

Für die Analyse des Transformationsprozesses des Mediensystems ist es relevant, an dieser Stelle hervorzuheben, dass in der postkommunistischen Realität lediglich die Entwicklungsoption der Adaption westlicher Strukturen umgesetzt wurde – und zwar nur von einer Gruppe von Ländern und mit sehr unterschiedlichem Erfolg. Nur vor diesem Hintergrund können die Entwicklungen, die in den Medien in postkommunistischen Ländern stattgefunden haben, nachvollzogen und gewertet werden. Es ist nur ein kleiner Teil der ehemals kommunistischen Staaten, der in den neunziger Jahren erfolgreich eine *Rückkehr nach Europa* antrat und es innerhalb eines Jahrzehnts geschafft hat, sich geopolitisch⁶² und sozioökonomisch⁶³ neu zu positionieren. In Polen, Ungarn, Tschechien, Slowakei, den baltischen Staaten und Slowenien⁶⁴ hat der Systemwechsel stattgefunden, die Konsolidierungsphase kann als abgeschlossen gelten und auch die Wirtschaftsentwicklung verläuft generell positiv. Vor diesem Hintergrund kann man festhalten, dass in diesen Ländern die Transformation – der Übergang vom Kommunismus zur Demokratie, zum Rechtsstaat und zu funktionierender Marktwirtschaft – bereits abgeschlossen ist. Es vollziehen sich zwar weiterhin Veränderungen, diese haben jedoch keinen grundlegenden Charakter mehr. Prozesse, die in diesen mitteleuropäischen Ländern heute stattfinden, sollten deshalb als *normale* (Fort-)Entwicklungen aufgefasst werden⁶⁵.

Was andere postkommunistische Staaten anbelangt, so zeichnet es sich ab, dass künftig zumindest einige Länder, die von Charles Gati (1996 : 6ff.) als Nachzügler bezeichnet wurden, zu der Gruppe der so genannten Musterschüler dazu stoßen werden. Das gilt insbesondere für Bulgarien, Rumänien und Kroatien – Länder, die sich derzeit deutlich in Richtung einer marktwirtschaftlichen Demokratie entwickeln (vgl. Motyl 2001 : 37).

⁶² Damit ist gemeint, dass sich durch den Eintritt in die NATO und ähnliche Organisationen die Ostgrenze verschoben hat und dass die betroffenen mitteleuropäischen Länder nun als Bestandteil der westlichen Staatengemeinschaft gelten.

⁶³ Deppe und Tatur (1995 : 648) betonten, dass es den Ländern Mitteleuropas gelungen ist, den Staat demokratisch zu legitimieren, die öffentliche Ordnung zu rekonstruieren und wesentliche ökonomische Transformationsprozesse einzuleiten.

⁶⁴ Wenngleich diese *Muster-Länder* bereits seit Mitte der neunziger Jahre als eine Einheit aufgefasst werden, existieren innerhalb dieser Gruppe dennoch zahlreiche Unterschiede. Hierbei liegt die Vermutung nahe, dass die einzelnen Länder bei der Adaption westlicher Standards bestimmte Teilelemente bestehender demokratischer, wirtschaftlicher und sozial-gesellschaftlicher Ordnungen übernommen, kombiniert und an die lokalen Gegebenheiten angepasst haben. Mänicke-Gyöngyösis (1995 : 30) Feststellung einer Kombination aus autonomer Gestaltung und der Adaption westlicher Modernisierungsmodelle erscheint sehr zutreffend.

⁶⁵ Eine weiterreichende Argumentation könnte lauten, dass angesichts des Paradigmas einer *Rückkehr nach Europa* die letzte Stufe der Transformation in der Integration in die Europäische Union besteht.

2. Theoretische Fragestellungen und Untersuchungsansätze zur Medientransformation in postkommunistischen Ländern

Die zentralen Fragen, theoretischen Erklärungsansätze sowie empirischen Erkenntnisse, die im Zusammenhang mit der allgemeinen Transformation in postkommunistischen Ländern diskutiert werden und in den vorangegangenen Abschnitten dieses Kapitels behandelt wurden, bilden das Grundgerüst für die folgende Analyse der Transformation und des Entwicklungsprozesses des polnischen Mediensystems. Nach einer Definition der zentralen Elemente des medienbezogenen Transformationsprozesses und der Darstellung potentieller Entwicklungsoptionen für ost- und mitteleuropäische Medien wird der Versuch unternommen, ein Analyseraster zu entwickeln, das sowohl in der Lage ist, die besonderen historisch-kulturellen Voraussetzungen und politischen, ökonomischen und soziokulturellen Rahmenbedingungen zu erfassen als auch die verschiedenen Ebenen des Transformations- und Entwicklungsprozesses in den Medien abzubilden. Das für die Analyse der Medientransformation entwickelte methodologische Instrumentarium soll es ermöglichen, nationalspezifische Transformations- und Entwicklungspfade zu identifizieren und nachzuvollziehen.

2. 1. Was Transformation in den Medien bedeutet

Um zu verstehen, was postkommunistische Transformation in den Medien bedeutet, ist es zunächst notwendig, sich die typischen Merkmale der kommunistischen Medienordnung zu vergegenwärtigen. Eine Dokumentation des Ausgangszustandes vor Transformationsbeginn ist für das Verständnis des Übergangsprozesses unerlässlich. In erster Linie gilt es festzuhalten, dass Medien in kommunistischen Systemen andere Funktionen zu erfüllen hatten als Medien in westlichen Gesellschaften. Sie galten vor allem als Instrumente der sozialen Mobilisierung und der Legimitation der kommunistischen Partei sowie als Werkzeuge der Propaganda. Knobelsdorf (1991 : 427) fasste die Rolle der Medien in kommunistischen Gesellschaften folgendermaßen zusammen: „Sie stellen das Hauptinstrument der Legitimierung der Staatsmacht dar, indem sie deren Mißerfolge entschuldigen und deren Erfolge hervorheben oder geradezu erst kreieren. Man betrachtet sie daher auch als ‚die schärfste Waffe der Partei‘.“ Der polnische Medienexperte Karol Jakubowicz (o. J. : 113) fasste die Haupt-Charakteristika⁶⁶ von kommunistischen Medienordnungen⁶⁷ folgendermaßen zusammen:

1. Staatsmonopol für Medien (Verbot oppositioneller Medien);
2. finanzielle Kontrolle;

⁶⁶ Vgl. hierzu auch Schramm (1976 : 121ff.).

⁶⁷ An dieser Stelle muss ausdrücklich betont werden, dass die kommunistischen Mediensysteme in Ost- und Mitteleuropa zwar viele Charakteristika teilten, jedoch – ebenso wie das politische, wirtschaftliche, gesellschaftliche oder kulturelle Leben – keineswegs uniform waren.

3. administrative Kontrolle (Definition der Ziele von Medien, Kontrolle über Frequenzen und Druckbetriebe);
4. Monopol beim Pressevertrieb;
5. funktionale Zuweisung für Medien: Hegemonie, Dominanz, ideologische Homogenisierung der Leser, Hörer und Zuschauer, Reproduktion der existierenden sozialen Ordnung);
6. präventive Zensur (welche zur Selbst-Zensur führt);
7. Gesetzgebung, die kritischen (subversiven) Journalismus verbietet;
8. Barrieren zum internationalen Informationsfluss (Störung ausländischer Rundfunksender, Import- und Verbreitungsverbot ausländischer Publikationen).

Die kommunistische Medienordnung zeichnete sich also insbesondere durch ideologischen Überbau, Kontrolle und Lenkung sowie durch zentralistische und monopolistische Strukturen aus. Transformation in den Medien sollte deshalb in einem ersten Schritt als eine *Abkehr* von diesen charakteristischen Elementen der kommunistischen Medienordnung verstanden werden. In der konkreten Umsetzung bedeutet dies folgerichtig:

1. Aufhebung der Zensur und der Informationsbarrieren;
2. Ende der Parteikontrolle und der parteilichen Lenkung der Medien;
3. Aufhebung der Uniformität;
4. Aufhebung von Monopolen;
5. Entstaatlichung der Medien;
6. Dezentralisierung.

Dieser ersten und elementaren medienbezogenen Transformationsdimension sollte konsequenterweise eine zweite Dimension folgen, und zwar die *Neupositionierung* von Medien durch die Einführung von Elementen einer neuen Medienordnung. Diese zweite Transformationsdimension stellt sowohl theoretisch als auch praktisch eine Herausforderung dar, da die Auflistung negativer Strukturmerkmale, von denen man sich trennen will, leichter zu bewältigen ist als die Definition und Konstruktion eines konsensfähigen Gegenentwurfs. Volten (1990 : 63) fasste dieses Dilemma folgendermaßen zusammen: „What has to be overthrown is much clearer than the answer to the question of what will have to replace the obsolete and outmoded structures.“ Die theoretischen Fragen, die sich im Zusammenhang mit dem medienbezogenen Transformationsprozess stellen, sind vielfältig:

- Wie sollen die Elemente einer neuen Medienordnung aussehen?
- An welchen Medienmodellen und Medienrealitäten können und sollen sich die Medien in den postkommunistischen Ländern orientieren?
- Existieren eigenständige Konzepte für eine Reform oder müssen Reformkonzepte erst entwickelt beziehungsweise importiert werden?

- Lassen sich westliche Modelle beziehungsweise Strukturelemente bestehender westlicher Mediensysteme implementieren und wenn ja, in welchem Umfang?
- Gibt es Alternativen zur Adaption westlicher Strukturelemente?
- Wie soll die Medienordnung eines jeweiligen Landes verändert werden: rasch und radikal (Tabula rasa) oder Schritt für Schritt?

2. 2. Entwicklungsoptionen für Medien

2. 2. 1. Die Adaption westlicher Modelle

Als das kommunistische System in Ost- und Mitteleuropa kollabierte, erschien es nur konsequent, dass das damit korrespondierende und in kommunistische Strukturen eingebettete Mediensystem, dessen strukturelle Hauptmerkmale gerade beschrieben wurden, ebenfalls einem Wandel unterliegen würde. Die in der Ära des Kalten Krieges entstandene Dichotomie⁶⁸ der Medien des so genannten *sozialistischen/kommunistischen Lagers* und der *freien westlichen Welt* schien genauso wie die Systemkonkurrenz zwischen Kommunismus und Kapitalismus ein Ende gefunden zu haben. Analog zu der häufig anzutreffenden Annahme, dass die Abkehr vom Kommunismus zwangsläufig eine Hinwendung zu einer demokratischen Ordnung, zu rechtsstaatlichen Verhältnissen und zu marktwirtschaftlichen Mechanismen nach sich ziehen würde, wurde die Adaption westlicher Medienmodelle oftmals als eine selbstverständliche Entwicklungsoption für postkommunistische Medien angesehen.⁶⁹

Vor dem Hintergrund der in den vorangegangenen Abschnitten beschriebenen und in unterschiedlichen Graden umgesetzten Entwicklungsoption einer *Rückkehr nach Europa* beziehungsweise einer *Hinwendung zum westlichen Typus* erscheint eine solche Transformationsperspektive für die Medien nur folgerichtig. Allerdings sollte sie lediglich als eine *Entwicklungsgrundrichtung* verstanden werden, die eine Bandbreite an Ausgestaltungsoptionen zulässt. Obwohl selbstverständlich viele normative Leitvorstellungen existieren, die in der Fachdiskussion erörtert werden und auf idealtypische Medienordnungen zielen, steht es außer Frage, dass in der Realität westlicher Gesellschaften nicht *ein* einziges Modell anzutreffen ist, das als mustergültiges Beispiel gilt und an dem postkommunistische Medien sich hätten orientieren müssen.⁷⁰

⁶⁸ Vgl. hierzu Schramm (1976 : 146): „To us, the Soviet mass media are ‚kept‘ and ‚servile‘. To the Soviets, the multidirectional quality, the openness, the unchecked criticism and conflict in our media represent a weakness. To us, they seem our greatest strength. The next two decades will tell which is the better estimate.“ Siebert (176 : 39) fasste es folgendermaßen zusammen: „Except for the countries under Communist domination, most nations at least theoretically have based their social and political organisations on the theories of liberalism.“

⁶⁹ Schlesinger (1995 : vii) sprach in diesem Kontext von einem Prozess der europaweiten *Normalisierung* der Medien.

⁷⁰ Sparks (1995 : 11) hat korrekterweise darauf hingewiesen, dass der Terminus *westlich* zu kurz greife: „In neither structural features of the press and broadcasting nor the characteristics of media output is there a single uniform ‚western model‘ against we can compare the development of the mass media of the former communist countries.“

In den westlichen Demokratien, in Westeuropa und in Nordamerika, existiert eine große Vielfalt unterschiedlicher Medienordnungen und Medienrealitäten. Eine sehr grobe Differenzierung nahm unter anderem de Smaele (1999 : 175) auf der Grundlage des 1956 erstmals erschienenen und immer noch gern zitierten Klassikers *Four Theories of the Press*⁷¹ vor. Sie unterschied zwischen dem libertären, marktgesteuerten US-amerikanischen Modell und dem europäischen Modell, welches eine größere Verantwortung der Medien gegenüber der Gesellschaft betone. Die Hauptcharakteristika des US-amerikanischen Modells seien private und kommerziell finanzierte Medien, die sehr eingeschränkte Regulierung des Mediensektors sowie die Regierungsferne. Das europäische Modell hingegen zeichne sich dadurch aus, dass Medien eine größere Programmvielfalt als kommerzielle US-amerikanische Sender bieten müssten und dass es neben dem privaten Rundfunksektor einen öffentlich-rechtlichen Sektor gebe, welcher vom Staat unterstützt werde. Auch Sparks (1995 : 11) argumentierte, dass man mindestens zwischen dem US-amerikanischen und dem europäischen Modell unterscheiden müsse. Neben den von de Smaele aufgelisteten Differenzen zwischen den beiden Modellen verzeichnete Sparks außerdem Unterschiede in den Medieninhalten: Während das US-Fernsehen sehr unterhaltungsbetont sei, hätten die in Europa anzutreffenden öffentlich-rechtlichen und staatlichen⁷² Sender eine starke Orientierung zugunsten von Bildung und Minderheitenprogrammen.

Eine weiter reichende und neuartige Differenzierung der Mediensysteme in Europa und Nordamerika nahmen Daniel C. Hallin und Paolo Mancini (im Druck) vor, als sie 2001⁷³ ihr Konzept *Three Models of Media: Journalism and Political Culture* vorstellten. Hallin und Mancini untersuchten die Medienordnungen in ihrem systembezogenen und historischen Kontext und kamen zum Schluss, dass man mindestens zwischen dem *mediterranen* oder *polarisiert-pluralistischen Modell*, dem *nordmitteleuropäischen* oder *demokratisch-korporatistischen Modell* und dem *nordatlantischen* oder *liberalen Modell* unterscheiden müsse. Die zentrale Hypothese von Hallin und Mancini ist, dass es vor allem die politische Kultur eines Landes ist, die die Entwicklung der Medien und der journalistischen Kultur beeinflusst. Weitere Determinanten der Medienentwicklung sind Geschichte, Wirtschaft und Kultur. Hallin und Mancini argumentierten, dass die in eine dieser drei Gruppen eingeteilten Länder zwar keineswegs homogen seien, insgesamt betrachtet jedoch genügend Gemeinsamkeiten hätten, um in diese Gruppe eingeordnet zu werden.

⁷¹ Vgl. hierzu Siebert/Peterson/Schramm (1976).

⁷² Beispielsweise ist die norwegische Regierung alleinige Eigentümerin des Norwegischen Rundfunks (Norsk Rikskringkasting/NRK). Die Verantwortung liegt beim Kulturminister, der zwar keinen Einfluss auf das aktuelle Programm ausübt, jedoch den leitenden Direktor ernennt (vgl. Carlsson/Harrie 2001 : 243).

⁷³ Die von ihnen entwickelte Klassifizierung von Medienkulturen präsentierten Dan Hallin und Paolo Mancini beim IV. Internationalen Workshop der Erich-Brost-Stiftungsprofessur für Journalismus in Europa zum Thema *Politische Kultur – Medienkultur*, der vom 21. Mai bis 23. Mai 2001 im Gästehaus der Universität Dortmund in Witten-Bommerholz stattfand.

Das mediterrane oder polarisiert-pluralistische Modell

Mancini und Hallin nannten ihr erstes Modell das mediterrane oder polarisiert-pluralistische Modell. Dazu gehören Italien, Griechenland, Spanien, Portugal und Frankreich, wobei Frankreich eine Sonderrolle einnimmt. Einige Merkmale sind hier weniger ausgeprägt als bei den anderen Ländern dieser Gruppe. Spanien, Portugal, Italien und Griechenland entwickelten sich erst relativ spät zu industrialisierten Gesellschaften.

Charakteristisch für diese Länder ist, dass sich feudale Strukturen lange hielten und die Demokratisierung später einsetzte und unterbrochen wurde. Das Bürgertum war schwach entwickelt und eine breite Alphabetisierung der Bevölkerung wurde erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts erreicht. Die Presse in diesen Ländern war deshalb historisch vorrangig ein Medium des Klerus und des Adels. Pressefreiheit konnte sich in Spanien, Griechenland und Portugal erst nach der Ablösung der Diktaturen in den siebziger Jahren des letzten Jahrhunderts entwickeln. Die Parteienlandschaft in den mediterranen Ländern ist geprägt durch relativ viele Parteien, die ein breites Spektrum repräsentieren. Charakteristisch ist, dass die Parteienlandschaft polarisiert ist und dass in der politischen Kultur außerdem eine lange Tradition von Klientelismus und instrumentalisierten Freundschaften besteht.

Zeitungen sind in den Ländern des polarisiert-pluralistischen Modells ein eher elitäres Medium für gebildete Leser. Die Auflagen sind niedrig und die Presse konnte sich nur sehr spät beziehungsweise zum Teil noch immer nicht zu einem finanziell unabhängigen Medium entwickeln. Es gibt traditionell eine starke Parteipresse, insbesondere in Italien und Frankreich, und politisch agierende Verlage. Die Presse ist außenpluralistisch organisiert.

Viel wichtiger als in den anderen Ländern Europas ist das Fernsehen, das oftmals politisch instrumentalisiert wird. Parteien und/oder Regierungen üben auf öffentlich-rechtliche Rundfunksender direkten Einfluss aus, wegen der gesellschaftlichen Bedeutung mehr auf das Fernsehen als auf den Hörfunk. Wichtige Posten werden offen nach Parteibuch und Nützlichkeit für die jeweilige Regierung besetzt. Ein Beispiel ist Italien mit dem System des so genannten *lottizzazione*: Der öffentlich-rechtliche Sender RAI wird von einer Parlamentskommission kontrolliert, die auch den Präsidenten und Generaldirektor des Senders aus den eigenen Reihen wählt. Die Kontrolle über die einzelnen Sender wird in diesem System den an der Regierung beteiligten Parteien überlassen.

Der private Rundfunk in den mediterranen Ländern ist weitestgehend dereguliert. Nur in Frankreich ist das anders. In den anderen südeuropäischen Ländern entstanden Privatsender oftmals in einer rechtlichen Grauzone und wurden erst im Nachhinein legalisiert.

Journalismus ist in den mediterranen Ländern vor allem Ausdruck von Ideen, Anschauungen und politischen Interessen. Die Nähe zur Literatur ist im mediterranen Modell sehr groß. Das angelsächsische Ideal der Objektivität ist demgegenüber weniger wichtig. Journalismus als eigenständige Profession ist eher schwach

ausgebildet. Das heißt: Professionelle Standards und ethische Normen sind nicht stark verankert. Auch die Selbstorganisation und -selbstregulierung ist bei Journalisten in diesen Ländern schwach entwickelt.

Das nordmitteleuropäische oder demokratisch-korporatistische Modell

Zum nordmitteleuropäischen oder demokratisch-korporatistischen Modell gehören Norwegen, Schweden, Finnland, Dänemark, Deutschland, die Niederlande, Belgien, Österreich und die Schweiz. Hinter dem demokratischen Korporatismus steht ein Modell der sozialen Partnerschaft, in dem konkurrierende soziale Interessen zum Wohle der Gemeinschaft im Konsens ausgehandelt werden⁷⁴ – im Gegensatz zu der polarisierenden Praxis. In den nordmitteleuropäischen Ländern existiert ein starkes System organisierter sozialer Gruppen, die in einem institutionalisierten Prozess miteinander verhandeln.

Industrialisierung und Demokratisierung setzten in diesen Ländern relativ früh ein, in Deutschland unterbrochen durch die Nazizeit. Es gab ein bedeutendes Bürgertum und sehr starke Kaufmannsstände. Die Alphabetisierung war schon Anfang des 20. Jahrhunderts weit fortgeschritten.

Zeitungen in diesen Ländern entwickelten sich früh mit hohen Auflagen und finanziell unabhängig. Die Parteipresse spielte bis zu den siebziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts eine bedeutende Rolle. Dies hat sich zwar geändert, viele Zeitungen und Verlage sind aber noch immer mit bestimmten sozialen oder politischen Gruppen verbunden.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk spielt im nordmitteleuropäischen Raum wie auch in Frankreich, das in Sachen Rundfunk eher zu dieser Gruppe gehört, eine wichtige Rolle – auch noch nach der Deregulierung des Rundfunkmarktes in den achtziger und neunziger Jahren des 20. Jahrhunderts. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk ist in Nordmitteleuropa unterschiedlich organisiert: parlamentarisch⁷⁵, zivil/korporatistisch⁷⁶ und professionell⁷⁷. Der private Rundfunk, sowohl Hörfunk als auch Fernsehen, ist relativ stark reguliert. Regulierungen beziehen sich zum einen auf Besitzverhältnisse: Beispielsweise sind Lizenzen an bestimmte Auflagen gebunden (Beteiligung von gesellschaftlichen Gruppen an dem Programm, das Verbot von Parteienrundfunk, die Begrenzung von Sendegebieten etc.). Zum anderen beziehen sich Regulierungen auf Inhalte. So können Mindestanteile für Nachrichten vorgeschrieben sein oder es müssen Programmzeiten an andere Anbieter abgetreten werden, zum Teil sind Netzwerke oder Mantelprogramme verbindlich. Der Staat interveniert auch im privaten Medienbereich, sei es durch Vorschriften oder Subventionen. Ziel ist oft der Erhalt einer pluralistisch geprägten Medienlandschaft. Das gilt vor allem für die Presse.

⁷⁴ Ein Beispiel dafür ist das Aushandeln neuer Tarifverträge zwischen Gewerkschaften und Arbeitgeberverbänden. Streiks sind in Nordmitteleuropa weit seltener als im mediterranen Raum.

⁷⁵ Beispielsweise unterliegt der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Belgien der parlamentarischen Kontrolle.

⁷⁶ Als korporatistische Modelle gelten das deutsche System der Vertreter sozial relevanter Gruppen in den Aufsichtsgremien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie das niederländische Säulensystem, bei dem die öffentlich-rechtlichen Medien – analog zum Bildungswesen und anderen öffentlichen Einrichtungen – traditionell von verschiedenen religiösen und säkularen gesellschaftlichen Gruppen kontrolliert wurden.

⁷⁷ Damit sind eine starke Autonomie gegenüber dem Staat, der Regierung und anderen Institutionen sowie die Beachtung von Neutralität und Objektivität gemeint. Das ist beispielsweise in Schweden der Fall.

In den nordmitteleuropäischen Ländern existiert informationsorientierter Journalismus neben Kommentarorientiertem Journalismus, wobei letzterer an Bedeutung verliert. Die journalistische Rolle ist durch ein soziales Bewusstsein geprägt. Die Professionalisierung ist weit fortgeschritten, es gibt verbindliche Standards, ethische Normen und Institutionen der Selbstregulierung.

Das nordatlantische oder liberale Modell

Zum nordatlantischen bzw. liberalen Modell zählen Hallin/Mancini neben Nordamerika mit den USA und Kanada die westeuropäischen Länder Großbritannien und Irland.

Gemeinsam haben diese Länder eine frühe Industrialisierung und Entwicklung liberaler politischer Institutionen. Damit verbunden ist eine frühe und hohe Alphabetisierungsquote. Das Parteiensystem ist moderat pluralistisch, es gibt eine Tradition der Mehrheitsregierungen.

Die Presse entwickelte sich schon im 19. Jahrhundert als Massenpresse, seit Beginn des 20. Jahrhunderts als kommerzielle Presse, nicht als Parteienpresse. Zeitungen, die mit bestimmten politischen oder gesellschaftlichen Gruppen verbunden sind, spielen keine Rolle. Die Presse richtet sich an individuelle Konsumenten und an das Massenpublikum. Die in der Politik anzutreffende Catch-all-Strategie, bei der es darum geht, möglichst viele Wähler für sich zu gewinnen, wird auch in den Medien angewendet.

Charakteristisch für die nordatlantischen Länder ist, dass der Staat in das Mediensystem wenig eingreift, was auch mit einer frühen Tradition der Pressefreiheit zusammenhängt.

Das Rundfunksystem in Großbritannien, Irland und Kanada ist eher den demokratisch-korporatistischen Staaten zuzuordnen, da in diesen Ländern der öffentlich-rechtliche Rundfunk neben dem privaten Rundfunk eine bedeutende Rolle spielt. Großbritannien ist insofern ein Sonderfall in Europa, als privater Rundfunk schon seit 1954 zugelassen ist, also rund 30 Jahre länger als in den übrigen europäischen Ländern. In den USA spielt der öffentlich-rechtliche Rundfunk nur eine unbedeutende Rolle. Typisch für die USA ist auch, dass dort der Rundfunk sehr gering reguliert ist und nicht subventioniert wird.

Der Professionalisierungsgrad im Journalismus ist in den Ländern des nordatlantischen Modells hoch.

Ethische Normen und professionelle Standards sind ausgeprägt und haben großen Einfluss auf den Journalismus in anderen Ländern. Der Journalismus ist informationsorientiert, es geht mehr um Ereignisse als um Meinungen. Objektivität gilt als hoher Wert, vor allem bei den politisch berichtenden Medien.

Die folgende Tabelle verdeutlicht die von Hallin und Mancini definierten Unterschiede zwischen den drei Modellen sowie die Gemeinsamkeiten der in diese drei Gruppen eingeteilten Länder und der Spezifika der Medienkultur und der politischen Kultur.

	Das mediterrane oder polarisiert-pluralistische Modell	Das nordmitteleuropäische oder demokratisch-korporatistische Modell	Das nordatlantische oder liberale Modell
	<i>Griechenland, Portugal, Italien, Spanien, Frankreich⁷⁸</i>	<i>Österreich, Belgien, Dänemark, Finnland, Deutschland, Niederlande, Norwegen, Schweden, Schweiz</i>	<i>USA, Kanada, Irland, Großbritannien⁷⁹</i>
Zeitungsindustrie	kleine Zeitungsauflagen, elitäre, politisch orientierte Presse	mittlere bis hohe Zeitungsauflagen, frühe Entwicklung der massenorientierten, kommerziellen Presse	mittlere Zeitungsauflagen, frühe Entwicklung der massenorientierten, kommerziellen Presse
Politischer Parallelismus	Außenpluralismus, Kommentar-orientierter Journalismus	Außenpluralismus, starke Parteipresse bis zu den 70er Jahren, Kommentar-orientierter und informationsorientierter Journalismus	Innenpluralismus (Ausnahme Großbritannien), informationsorientierter Journalismus
Professionalisierung	schwache Professionalisierung, Instrumentalisierung von Journalisten	starke Professionalisierung, institutionalisierte Selbstregulierung	starke Professionalisierung, nicht-institutionalisierte Selbstregulierung
Rolle des Staates in Bezug auf die Medien	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)
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	parteilich-politisiert oder Regierungsmodell	parlamentarische, zivil-korporatistische und professionelle Modelle	professionelles Modell
Politische Geschichte sowie Konflikt- und Konsensmuster	späte Demokratisierung, polarisierter Pluralismus	frühe Demokratisierung, moderater Pluralismus (außer Deutschland bis 1945)	frühe Demokratisierung, moderater Pluralismus, eher individualisierte als organisierte Repräsentation (insbesondere USA)
Konsens- oder Mehrheitsregierung	beides	vorwiegend Konsensregierung, demokratischer Korporatismus	vorwiegend Mehrheitsregierung
Rolle des Staates	Lenkung, autoritäre Perioden, starker Wohlfahrtsstaat in Italien und Frankreich	starker Wohlfahrtsstaat	Liberalismus, schwacher Wohlfahrtsstaat

Die von Hallin und Mancini vorgenommene Definition relevanter Dimensionen und Variationen von Mediensystemen hilft, die tatsächliche Vielfalt bestehender Medienrealitäten in Nordamerika und Westeuropa differenzierter abzubilden. Gleichwohl muss betont werden, dass auch diese Klassifizierung an Grenzen stößt: Obwohl sich viele Elemente bestehender Medienrealitäten in grobe oder auch verfeinerte

⁷⁸ Frankreich gilt als eine Mischform zwischen dem mediterranen oder polarisiert-pluralistischen Modell und dem nordmitteleuropäischen oder demokratisch-korporatistischen Modell.

⁷⁹ Großbritannien gilt als eine Mischform zwischen dem nordmitteleuropäischen oder demokratisch-korporatistischen Modell und dem nordatlantischen oder liberalen Modell.

Typologien einbetten lassen und es dadurch möglich wird, verschiedene Typen von Medienordnungen herauszuarbeiten, sind keine Typologie und auch kein Modell in der Lage, die Mannigfaltigkeit der tatsächlich existierenden Ausformungen wiederzugeben.

Adaptionsbarrieren

Legt man eine *westlich* orientierte Grundausrichtung der Transformationsentwicklung in den Medien zugrunde, stellt sich unmittelbar die Frage, inwieweit sich westliche Medienmodelle oder Elemente westlicher Medienrealitäten – seien es US-amerikanische, deutsche, französische, norwegische, italienische etc. – in den einzelnen postkommunistischen Ländern überhaupt implementieren lassen. Insbesondere bei Medien, die ja in bedeutendem Maße kulturell geprägt sind, erscheinen die simple Übernahme externer Strukturelemente und insbesondere die Adaption westlicher *Master-Pläne* nicht unproblematisch. Die Erfahrungen der vergangenen Jahre zeigen, dass zahlreiche Versuche westlicher Länder, das eigene Mediensystem nach Ost- und Mitteleuropa zu exportieren, nur bedingt erfolgreich waren. Es existieren unterschiedliche Adaptionsbarrieren: strukturelle, kulturelle und – nicht zu unterschätzen – psychologische.

Unmittelbar nach den aufeinander folgenden Regime-Zusammenbrüchen im Jahre 1989 brach über die postkommunistischen Länder eine regelrechte Welle des Know-how-Transfers herein. „Since the rapid fall of communist dominos [...], Western media experts, academics, foundation executives and government officials have filled up hotels and classrooms from ‚Stettin in the Baltic to Trieste in the Adriatic‘ [...]. This profusion of media foreign aid on such a scale is unprecedented. Not unprecedented is the attitude of these experts, mostly Americans, who bump into each other with the same journalism gospel tucked under their arms: ‚Democracy is impossible without a free and commercially viable media.‘“ (Hamilton/Krimsky 1995 : 93) Diese recht kritische Bewertung der in den neunziger Jahren anzutreffenden und überwältigenden Medienassistenten skizziert einprägsam, dass es zumindest bei einem Teil der auswärtigen Experten ein missionarisches Bestreben gegeben hat, das Mediensystem ihres Heimatlandes als die beste Option anzupreisen und in Ost- und Mitteleuropa zu implementieren. In vielen postkommunistischen Ländern wurde diese Haltung oftmals als ignorant und sogar arrogant empfunden, was wiederum dazu führte, dass die Bemühungen westlicher Experten mitunter auf ostentative Ablehnung gestoßen sind.⁸⁰

Der polnische Medienexperte Karol Jakubowicz (1999d : 53), der als Befürworter eines originären, landeseigenen Weges gilt, kommentierte das Export-Konzept in Richtung Osten folgendermaßen: „Western-style capitalism or media systems cannot be simply transplanted to Eastern Europe.“ Die kritische und ablehnende Haltung, die in postkommunistischen Ländern gegenüber westlichen Einflüssen mitunter anzutreffen ist, entspringt oftmals dem Gefühl, dass fremde Strukturen, Denkmuster und Werte in quasi imperialistischer Manier oktroyiert werden, während sich westliche Vertreter in selbstgefälliger Manier erst

⁸⁰ „Stop talking about an ‚intellectual Marshall Plan‘ from the country of McDonald’s and shopping malls,‘ a former Yugoslav journalist angrily told a conference at Columbia University in 1992. ‚Give us your software and let us alone.‘“ (Hamilton/Krimsky 1995 : 97)

gar nicht die Frage stellen, inwiefern sie und ihre Heimatländer von den Erfahrungen, Traditionen und Errungenschaften der einzelnen ost- und mitteleuropäischen Länder profitieren könnten.

Eine kritische Sichtweise in Bezug auf den institutionellen und kulturellen Export in Richtung Osten ist auch in westlichen Ländern anzutreffen. Becker (1993 : 711) warnte beispielsweise vor einer *Lateinamerikanisierung* Ost- und Mitteleuropas. Er argumentierte, dass sich dort „Formen einer Privatisierung der Massenmedien [entwickeln – K. H.], wie sie in ihrer Brutalität und Durchschlagskraft in keinem westeuropäischen Land zu finden sind.“ Der Brite Colin Sparks (1995 : 10) kritisierte die bei westlichen Experten oftmals anzutreffende Annahme, dass es quasi außer Zweifel stehe, dass postkommunistische Länder westliche, insbesondere US-amerikanische Standards übernehmen müssen: „A check list of features corresponding to what is imagined to constitute the US system is developed, and the local media systems are interrogated to see how far they have progressed towards the goal of complete convergence.“ Auf die Schwierigkeiten einer Eins-zu-Eins-Übernahme von Strukturelementen *westlicher* Medienordnungen in postkommunistischen Ländern hat außerdem de Smaele (1999 : 174) hingewiesen. Auf der Basis ihrer Analyse des Mediensystems in Russland kam de Smaele zu folgender Schlussfolgerung, die jedoch insofern relativiert werden muss, da sie die Inhomogenität der Länder Ost- und Mitteleuropas und deren unterschiedlichen Entwicklungsverlauf nicht berücksichtigt und stattdessen die althergebrachte und simplifizierende Dichotomie zwischen Ost und West betont: „It seems that indigenous Eastern European media models will come into being instead of the western media model simply replacing the communist model and becoming the predominant model all over Europe.“

Zwischen Adaption und autonomer Gestaltung

Trotz zum Teil berechtigter Skepsis in Bezug darauf, inwieweit sich Elemente westlicher Medienordnungen in die ost- und mitteleuropäischen Medienrealitäten übertragen lassen, ist es nur folgerichtig anzunehmen, dass zumindest diejenigen ehemals kommunistischen Länder, die bei der allgemeinen Transformationsrichtung die Option der *Rückkehr nach Europa* beziehungsweise der *Hinwendung zum westlichen Typus* gewählt haben, sich bei der Einführung einer neuen Medienordnung – wie bereits bei der Errichtung neuer demokratischer Institutionen und bei Einführung marktwirtschaftlicher Mechanismen – an bestehenden westlichen und insbesondere westeuropäischen Mediensystemen orientiert und bestimmte Strukturelemente zu einem gewissen oder sogar überwiegenden Teil adaptiert haben. Es ist nicht davon auszugehen, dass dieser Adaptionprozess in der Weise erfolgte, dass ein wie auch immer geartetes abstraktes West-Modell zugrunde gelegt und dann Schritt für Schritt implementiert worden ist. Vielmehr scheint die Annahme berechtigt, dass – analog zu der Institutionenbildung in anderen Bereichen⁸¹ – unterschiedliche europäische Medienrealitäten als Vorbilder und Orientierungspunkte im Transformationsprozess gedient haben und bestimmte Strukturelemente dieser Medienrealitäten adaptiert

⁸¹ Vgl. hierzu Mánicke-Gyöngyösi (1995 : 30ff.).

und an die bestehenden lokalen Strukturen angepasst wurden, wobei gleichzeitig einige alte Elemente beibehalten und neue originäre Elemente entwickelt werden konnten. Diese Hypothese sowie die Tatsache, dass nicht eine einzige westliche Medienordnung als ein verbindliches und universelles Vorbild fungiert, führen konsequenterweise dazu, dass in der vorliegenden Untersuchung nicht ein einziger normativgeleiteter Endzustand als das *ideale* und *wünschenswerte* Ziel der Medientransformation definiert wird, sondern es wird auf die Unterschiedlichkeit von Ausgestaltungsoptionen gesetzt. In der Rolle einer Außenbeobachterin erscheint es außerdem notwendig, zwei Aspekte zu berücksichtigen: Zum einen ist es unerlässlich, dem kulturellen Hintergrund des zu untersuchenden Landes Beachtung zu schenken. Zum anderen ist es außerordentlich hilfreich, bei der Bewertung die eigene nationale und kulturelle Perspektive zurückzunehmen und über die Vielfalt westlicher Mediensysteme zu reflektieren.⁸²

2. 2. 2. Eine Erneuerung der Kommunikationsordnung

Analog zu den Debatten über eine Neustrukturierung der sozialen Ordnung durch die Schaffung eines neuen Typus ziviler Organisation existieren auch für Medien unterschiedliche Konzepte, die die Übernahme von Elementen bestehender *westlicher* Medienordnungen grundsätzlich in Frage stellen und auf eine Erneuerung im Kommunikationssektor zielen. Die herausragende Leitidee derartiger Überlegungen ist eine Maximierung der Partizipation.⁸³

Dieser Ansatz ist nicht neu und auch nicht originär ost- oder mitteleuropäisch. Partizipationsbezogene Defizite der bestehenden westlichen Medienordnungen werden spätestens seit Ende der siebziger Jahre ebenfalls von westlichen Sozial- und Medienwissenschaftlern thematisiert, wobei gelegentlich neue Kommunikationsmodelle vorgeschlagen werden⁸⁴. Die Suche nach einer zivilgesellschaftlichen Alternative

⁸² Kleinsteuber (1993 : 321f.) hat korrekterweise darauf hingewiesen, dass ein Hauptgrund für Fehlinterpretationen und Missverständnisse „die mangelhafte Kenntnis der Verhältnisse in anderen Staaten [ist], oft aber auch ein unbewusster ethnozentrischer Bias, der meist zur Selbstüberhöhung des eigenen Systems führt.“ Während es beispielsweise in Deutschland als wichtig erachtet wird, dass Rundfunkgebühren für öffentlich-rechtliche Programme durch eine staatsferne und von der Politik unabhängige Institution, die Gebühreneinzugszentrale (GEZ), eingezogen werden, ist es in den Niederlanden seit Anfang 2000 und in Belgien seit Anfang 2002 Praxis, dass die Rundfunkgebühren mit den Steuern erhoben werden (vgl. Kalse 1999; *Decreet* 2002; *Samenvatting* o. J. : 20). Unterschiedliche Auffassungen existieren in Europa ebenfalls in Bezug auf die Berufungsmodalitäten der Medienaufsichtsbehörden. Während in Deutschland bei der Berufung der Vertreter von Rundfunkräten der Grundsatz gilt, dass es die so genannten sozial relevanten Gruppen sein sollen, die darüber entscheiden, ist es in Großbritannien üblich, dass bei der Ernennung des Vorsitzenden des *Board of Governors* der *BBC* formal und real der Premierminister das letzte Wort hat (vgl. Krönig 2001). Es existiert eine andere politische Kultur in Großbritannien, die dazu führt, dass der *BBC*-Vorstand nicht als ein politisches Gremium, sondern als ein *Board of Trustees* verstanden wird. So argumentierte der britische Medienexperte Peter Humphreys beim IV. Internationalen Workshop der Erich-Brost-Stiftungsprofessur für Journalismus in Europa zum Thema *Politische Kultur – Medienkultur*, der vom 21. Mai bis 23. Mai 2001 im Gästehaus der Universität Dortmund in Witten-Bommerholz stattfand.

⁸³ Die zentrale Bedeutung von Partizipation in den ost- und mitteleuropäischen Debatten muss vor dem Hintergrund der Erfahrungen einer in der Kommunikation unfreien und unterdrückten Gesellschaft verstanden werden.

⁸⁴ Vgl. hierzu Curran (1991 : 27ff.), der als *dritten Weg* zwischen dem liberalen und dem marxistischen Modell eine radikale Demokratisierung der Medien vorschlug. Keane (1991 : 150ff.) postulierte ein neues Mediensystem, welches in erster Linie der Zivilgesellschaft dienen sollte. Eurich (1980 : 15f.) hat bereits Anfang der achtziger Jahre die Möglichkeiten einer Demokratisierung

zu dem disqualifizierten kommunistischen Modell und zu den bestehenden westlichen Medienordnungen spielte und spielt in der ost- und mitteleuropäischen Medientransformations-Debatte noch immer eine außerordentlich bedeutende Rolle. Thematisiert werden Denkmodelle, die sich dadurch auszeichnen, dass sie nicht nur das partizipatorische Element als Leitidee in den Vordergrund stellen, sondern auch zu dem in westlichen Medien verbreiteten Kommerz auf Distanz gehen⁸⁵.

Wie die Neupositionierung einer Medienordnung, die in erster Linie der Zivilgesellschaft dienen sollte, aussehen könnte und durch welche Elemente sie sich von der kommunistischen und von westlich-liberalen Medienordnungen⁸⁶ unterscheidet, fasste im Rahmen der ost- und mitteleuropäischen Medientransformations-Debatte unter anderem Jakubowicz (1994 : 272) zusammen:

<i>Typus</i>	westlich-liberal	ideal zivilgesellschaftlich	kommunistisch
Kommunikationswert	Freiheit	Fairness/Gleichheit	Ordnung/Solidarität
Ziel	uneingeschränkte Kommunikationsfreiheit	gleicher, fairer Zugang zu den Medien, eine faire Reflexion der Gesellschaft in ihrer ganzen Diversität in den Medien	zunehmende Gemeinsamkeit, eine Vereinheitlichung der Sichtweisen und Erfahrungen sowie Kohäsion und Harmonie
Hauptmechanismus	der Markt	öffentlicher Interventionismus, der die Kommunikationsgleichheit gewährleistet	zentralisiertes Befehlssystem
Zugrunde liegende Philosophie	marktgesteuerte Ausgrenzung, negative Freiheit	Einbeziehung, Demokratie, positive Freiheit	politische Ausgrenzung, Hegemonie, Homogenisierung
Kommunikatoren	jeder, der die Mittel dazu hat	alle sozialen Gruppen	nur anerkannte Stimmen

Als Hauptelemente der von vielen ost- und mitteleuropäischen Intellektuellen postulierten zivilgesellschaftlichen und partizipatorischen Medienkonzepte gelten Gleichheit und Fairness in der Kommunikation, gleichberechtigter Zugang zu Kommunikationsmitteln, soziale Partizipation in den Medien sowie Verantwortung von Medien (vgl. Jakubowicz 1994a : 276ff.; Splichal 1994b : 309; Splichal 1994a : xii). Die Finanzierung der extensiven Kommunikationsmöglichkeiten soll durch öffentliche Mittel und öffentliche Institutionen erfolgen: „Survival of this sector, required, [...] considerable support in terms of public policy and also, potentially, public funds.“ (Jakubowicz 1994a : 280)

des Kommunikationssystems am konkreten Beispiel des Kabelfernseh-Pilotprojekts untersucht. Er forderte eine verstärkte Teilnahme partizipationswilliger Bürger am Prozess der Produktion von Massenkommunikation.

⁸⁵ Die Funktionsweisen kommerziell ausgerichteter Medien bewertete Splichal (1994b : 315) folgendermaßen: „Commercial systems [...] are characterized by a very low concern for recipients as recipients or users, and high concerns for consumers whose consumptions capacities can be sold to advertisers.“ Jakubowicz (1995d : 144) kritisierte die in kommerziellen Medienordnungen bestehenden Marktzutrittsbarrieren, welche zu Monopolen führten und die Auswahloptionen reduzieren würden.

⁸⁶ Wie im vorangegangenen Abschnitt dieses Kapitels dargelegt, ist die oftmals anzutreffende pauschale Klassifizierung *westlich-liberal-kapitalistisch* hochgradig simplifizierend und irreführend. In Wirklichkeit zeichnen sich die westlichen Demokratien und ihre Medienordnungen durch eine große Vielfalt aus.

Der slowenische Medienwissenschaftler Slavko Splichal (1994a : 2) plädierte außerdem dafür, dass in einer zivilgesellschaftlichen Medienordnung die üblicherweise verfassungsrechtlich garantierte Meinungsfreiheit durch zwei weitere elementare Rechte ergänzt werden müsse:

1. das Recht, Informationen und Meinungen mitzuteilen und einen freien Zugang zu Medien zu haben;
2. das Recht der Bürger, an Entscheidungsprozessen der Obrigkeit und beim Medien-Management mitzuwirken.

Vor dem Hintergrund des in der Medientransformations-Debatte oftmals postulierten *Rechts zu kommunizieren* und des systembedingt beschränkten Zugangs zu Kommunikationsmitteln in marktgesteuerten Medienordnungen stellte Jakubowicz (1994 : 279) die vermeintlich neue Freiheit der Medien in postkommunistischen Ländern, welche dem sozialistischen Kollaps folgte, lakonisch in Frage: „Now that we are free: freedom (not) to communicate?“

Die modelltheoretischen und auf einen Idealtypus ausgerichteten Konzepte zur Schaffung einer zivilgesellschaftlichen und partizipatorischen Medienordnung in postkommunistischen Ländern werden in der ost- und mitteleuropäischen Fachdiskussion durchaus auch kritisch hinterfragt: „A model of mutual communication that would be based on an equal partnership relation between the communicator and the recipient is pure fiction. Theories in ‚equal communication possibilities‘ are a vision of human communication, yet actually they remain a social utopia.“ (Vreg 1995 : 51) Vreg (1995 : 57 u. 60f.) plädierte dafür, konkrete Mediensysteme, die in der empirischen Realität sozialer Systeme existieren, zugrunde zu legen und durch partizipatorische Elemente zu ergänzen. Er sah eine partizipatorisch-demokratische Massenkommunikation im folgenden, stark interventionsbetonten Modell verwirklicht:

Ebene: Massenkommunikation

- Autonomie der Massenmedien (relative Unabhängigkeit, insbesondere von Politik, Wirtschaft, Militär und Technologie);
- Kommunikationspluralismus: eine Verteilung der Kommunikationsmacht auf soziale Gruppen (politische, wirtschaftliche, ethnische, kulturelle, religiöse usw.), abhängig von deren sozialer Relevanz und Leistung (Legitimität) in der Gesellschaft;
- Kommunikationsföderalismus (in multinationalen Gemeinschaften), welcher für nationale Öffentlichkeiten, souveräne Republiken und autonome Provinzen gleiche Kommunikationsmöglichkeiten schaffen würde;
- Dezentralisierung des Kommunikationssystems, die Herstellung eines politischen, nationalen und kulturellen Polyzentrismus und eine Lokalisierung der Medien;
- Stärkung der interaktiven Kommunikation durch horizontale Verbindungen zu allen Schichten der Gesellschaft sowie eine De-Institutionalisierung der Kommunikation und eine emanzipatorische Nutzung der Medien;
- Offenheit in der globalen Kommunikation (durch Teilnahme an den weltweiten wissenschaftlichen, technologischen, kulturellen, entwicklungsbezogenen Denkprozessen);
- Kommunikationsprofessionalismus: hohe professionelle Informationsstandards (Wahrheit, Korrektheit, Objektivität, Ausgewogenheit), Verantwortung und Ethik.

Ebene: Öffentlichkeit

- Autonomie der Öffentlichkeit, die einen öffentlichen Verständnisprozess, soziale Integration und Sozialisation, Selbstbewusstsein, gleiche kommunikative Interaktion (frei von Autorität und auf allen Ebenen) garantiert;
- Kontrolle der Kommunikationspolitik und ihrer Realisierung durch die Öffentlichkeit und die Institutionen der politischen und der zivilen Gesellschaft;
- Zugang der Bürger und sozialer Gruppen zu öffentlichen Kommunikationsmitteln;
- Partizipation politischer, ökonomischer und kultureller Subjekte, der Medienöffentlichkeit und der breiten Öffentlichkeit in beratenden und selbstverwalteten Gremien der öffentlichen Kommunikationsmittel.

Ebene: Massenmedien und Gesellschaft

- soziale Verantwortung für die Medienentwicklungspolitik (Regulierung kontra Deregulierung als eine Möglichkeit der Begrenzung des negativen Wettbewerbs sowie der Begrenzung von Qualitätsverlusten durch Kommerzialisierung);
- Stärkung der Massenmedien als öffentliche Institutionen (zusammen mit einer kontrollierten Privatisierung des Mediensystems);
- soziale Kontrolle von transnationalen Medienunternehmungen (und Medienimperialismus).

Jakubowicz entwickelte mehrere Vorschläge für die praktische Umsetzung einer partizipatorisch-demokratischen Medienordnung. In der Anfangsphase des Transformationsprozesses zu Beginn der neunziger Jahre argumentierte Jakubowicz (o. J. : 150), dass sich ein offenes und pluralistisches Mediensystem durch folgende Merkmale auszeichnen sollte⁸⁷:

1. Meinungs- und Pressefreiheit (keine Lizenzierungs- oder Genehmigungspflicht);
2. Keine Zwänge, etwas zu publizieren, das man nicht will, und keine Zensur;
3. Anti-Monopol-Gesetze im Bereich der Massenmedien;
4. Institutionelle Unabhängigkeit von Medien (keine externe finanzielle Kontrolle und ein Finanzierungsmodus, der nicht an Bedingungen geknüpft ist);
5. Medien sollten die gesamte Bandbreite der in der Gesellschaft existierenden Meinungen zum Ausdruck bringen, die Wächter-Funktion übernehmen, zuverlässig sein sowie Veränderungen der sozialen Ordnung fördern;
6. Eine weit reichende Definition von öffentlichen Medien und der Pflichten von Medien. Dazu zählen:
 - öffentlicher Zugang zu Medien;
 - Partizipation an und interner Pluralismus in öffentlichen Medien;

⁸⁷ Viele Elemente dieses von Jakubowicz vorgeschlagenen Konzepts zur Neuordnung postkommunistischer Medien können einerseits auf die demokratisch-partizipatorische Medientheorie zurückgeführt werden, andererseits können die Wurzeln bis zu den bereits 1956 publizierten *Four Theories of the Press* zurückverfolgt werden. Das bezieht sich insbesondere auf Elemente des Modells der sozialen Verantwortung als auch auf das Modell der freien Presse (vgl. Siebert/Peterson/Schramm 1976 sowie McQuail 1983 : 87ff.).

- Fairness;
 - gleiche Repräsentation in den Medien;
 - Recht, auf Medieninhalte reagieren zu dürfen;
 - hohe Qualitäts-, Objektivitäts- und Unparteilichkeits-Standards;
 - Schutz der nationalen und kulturellen Identität etc.
7. Öffentliche Institutionen und öffentliche Mittel sollten sicherstellen, dass Bürger das garantierte Recht zu kommunizieren ausüben können.

Die von Jakobowicz vorgeschlagenen Elemente einer neuen partizipatorischen Medienordnung sollten in drei unterschiedlichen Sektoren realisiert werden:

1. in einem finanziell abgesicherten Sektor des öffentlich-rechtlichen Rundfunks;
2. in sozial-motivierten privaten oder kollektiven Medien, welche die Interessen verschiedener Gruppen, Parteien, Organisationen, Bewegungen, Minderheiten, lokaler Gruppen und Vereinigungen zum Ausdruck bringen;
3. in kommerziellen Print-Medien und elektronischen Medien.

Im Gegensatz zu radikal-partizipatorischen Vorstellungen einer zivilgesellschaftlichen Medienordnung, die die Rolle der Medien auf eine Art Transmissionsriemen im gesellschaftlichen Kommunikationsprozess reduzieren, zeichnen sich die von Vreg und Jakobowicz vorgeschlagenen Konzepte dadurch aus, dass sie neuartige partizipatorisch-demokratische Elemente mit Elementen existierender westlich-liberaler Medienordnungen kombinieren. Damit werden diese Denkmodelle einer bedeutenden Rolle von Medien gerechter, die in den radikalen Konzepten komplett außen vor gelassen wird. Gemeint ist die Rolle der Massenmedien als *professionelle* Informationssammler, Informationsverarbeiter und Informationsverbreiter.

2. 3. Der politisch-mediale Transformations-Parallelismus

Theoretisch betrachtet existierten nach dem Regime-Kollaps und der damit verbundenen Abkehr von den alten Strukturen verschiedene – sowohl konventionelle als auch innovative – Entwicklungsoptionen für die Medien in den einzelnen postkommunistischen Ländern. In der retrospektiven Betrachtung stellt sich allerdings heraus, dass die Medien in diesen Ländern keineswegs in der Lage waren, einen beliebigen Transformationspfad einzuschlagen, sondern dass dieser durch eine Vielzahl unterschiedlicher Faktoren und durch die spezifischen Rahmenbedingungen bestimmt wurde. Hamilton und Krimsky argumentierten (1995 : 95), dass es vor allem die sozialen, ökonomischen sowie kulturellen Faktoren waren, die darüber bestimmt haben, welcher Typus eines Mediensystems sich in den einzelnen Ländern entwickelt hat.

Eine ähnliche Argumentation verfolgte auch Coman (2000 : 49f.), der im Hinblick auf die Theoriebildung ein Hauptproblem in der Verallgemeinerung sah und kritisierte, dass viele Untersuchungen der Mannigfaltigkeit der Faktoren nicht gerecht werden würden.

Als ein entscheidender Faktor für den Transformationsverlauf und die Entwicklung postkommunistischer Medien kann der politisch-mediale Transformations-Parallelismus angesehen werden: Es besteht unzweifelhaft ein direkter Zusammenhang zwischen dem Fortschritt der allgemeinen Transformation mit dem Telos einer *Rückkehr nach Europa* beziehungsweise *Hinwendung zum westlichen Typus* und den Fortschritten der Medientransformation. Überall, wo sich demokratische Strukturen gut entwickelt haben, rechtsstaatliche Verhältnisse geschaffen wurden und ökonomische Reformen erfolgreich waren, sind auch die Medien frei oder relativ frei und haben sich im Allgemeinen gut entwickelt.

In Ländern, in denen die Fortschritte der allgemeinen Transformation geringer sind oder sich gar nicht erst abzeichnen, bedeutet der Transformations-Parallelismus im Umkehrschluss, dass dortige Medien auf erhebliche Reform- und Entwicklungsbarrieren stoßen. Die gegenseitige Dependenz zwischen den allgemeinen Transformationsfortschritten und der Medienentwicklung führt in diesen Ländern zu kosmetischen Veränderungen⁸⁸ und hybriden Strukturen in den Medien. Fachbeiträge⁸⁹ weisen darauf hin, dass sich in Ländern mit geringen politischen und ökonomischen Transformationsfortschritten die Medien semiautoritären oder autoritären politischen Ordnungen anpassen mussten und ihre Entfaltungs- und Entwicklungsmöglichkeiten weitestgehend durch staatliche und politische Kontroll- und Steuerungsmechanismen sowie durch wirtschaftliche Abhängigkeiten definiert werden.

Eine empirische Bestätigung des in postkommunistischen Ländern anzutreffenden politisch-medialen Transformations-Parallelismus bietet die Gegenüberstellung der Ergebnisse zweier Langzeitstudien sowie des Indexes zur Situation der Pressefreiheit der internationalen Organisation Reporter ohne Grenzen. Die beiden Langzeitstudien wurden im Auftrag der US-amerikanischen Nichtregierungsorganisation *Freedom House*⁹⁰ durchgeführt. Die *Nations-in-Transit-2001*-Studie untersuchte die Fortschritte und/oder Rückschritte der politischen und wirtschaftlichen Reformen in 27 Ländern des ehemaligen Ostblocks. Im Mittelpunkt der Studie standen der Verlauf der Demokratisierung, die Implementierung rechtsstaatlicher Mechanismen sowie

⁸⁸ Manaev (1995 : 65f.) unterschied zwischen einer *reformativen* Transformation und einer *transformativen* Transformation in Ost- und Mitteleuropa. Der *reformativ* Verlauf sei geprägt durch einen grundlegenden Wandel von einem System zum anderen. „In the long run, a society is essentially different in structure and functions.“ (Manaev 1995 : 66) Der *transformativ* Verlauf hingegen zeichne sich dadurch aus, dass im Rahmen des sozialen Wandels die systemprägenden Wesensmerkmale erhalten bleiben. „The most widespread type of such change is mimicry, in which certain elements or interrelations of an old social organism assume the form of another organism alien to it. In the long run, a society is formed that outwardly differs from the previous one but retains the main elements of the previous structure and functions.“ (Manaev 1995 : 66)

⁸⁹ Vgl. hierzu Manaev (1995 : 65ff.) und Trautmann (2001 : 203).

⁹⁰ Die gemeinnützige Organisation mit Hauptsitz in Washington D. C. wurde Ende der vierziger Jahre des letzten Jahrhunderts gegründet. Hauptziel von *Freedom House* ist die globale Förderung von Freiheitsinitiativen sowie die Dokumentation unterdrückter Freiheit. Finanziell unterstützt wird *Freedom House* von der US Information Agency sowie zahlreichen Stiftungen (vgl. hierzu die Website von *Freedom House* URL: www.freedomhouse.org.aboutfh.index.htm, Stand 2. August 2002).

die wirtschaftliche Entwicklung und soziale Indikatoren (vgl. Karatnycky/Motyl/Schnitzer 2001). In der Studie *Press-Freedom-Survey*⁹¹ wurden im Jahre 2001 in 187 Ländern Daten zur Pressefreiheit erhoben (vgl. *How Free* 2001). Für die Ausarbeitung des Indexes zur Situation der Pressefreiheit von Reporter ohne Grenzen beantworten Journalisten, Wissenschaftler und Rechtsexperten einen 50 Fragen umfassenden Katalog. Abgefragt werden unter anderem: direkte Angriffe auf Medienvertreter sowie politische, rechtliche und ökonomische Einflüsse. Für den Zeitraum vom September 2001 bis Oktober 2002 lagen verlässliche Informationen aus 139 Ländern vor⁹².

Die Ergebnisse der beiden Langzeituntersuchungen und des Pressefreiheits-Indexes von Reporter ohne Grenzen weisen eine klare Parallelität zwischen einer in der Perspektive der *Rückkehr nach Europa* beziehungsweise *Hinwendung zum westlichen Typus* erfolgreichen politischen und wirtschaftlichen Entwicklung und der Entwicklung von Medien und Pressefreiheit auf.

Nations-in-Transit-2001-Studie	Press-Freedom-Survey-2001	Reporter-ohne-Grenzen-Index (belegter Rang von 139)
Am weitesten entwickelte Länder: marktwirtschaftliche Demokratien		
Polen	Die Presse ist frei	30
Ungarn	Die Presse ist frei	25
Tschechien	Die Presse ist frei	41
Estland	Die Presse ist frei	*
Lettland	Die Presse ist frei	*
Litauen	Die Presse ist frei	*
Slowenien	Die Presse ist frei	14
Entwicklung in Richtung marktwirtschaftliche Demokratien		
Slowakei	Die Presse ist frei	*
Bulgarien	Die Presse ist frei	38
Kroatien	Die Presse ist teilweise frei	33
Rumänien	Die Presse ist teilweise frei	45
Parasitär-autoritäre Länder		
Georgien	Die Presse ist teilweise frei	*
Moldawien	Die Presse ist teilweise frei	*
Mazedonien	Die Presse ist teilweise frei	*
Armenien	Die Presse ist teilweise frei	*
Albanien	Die Presse ist teilweise frei	*
Entwicklung in Richtung despotische Staaten		
Ukraine	Die Presse ist teilweise frei	*
Russland	Die Presse ist teilweise frei	121
Kirgisien	Die Presse ist nicht frei	*

⁹¹ Die *Press-Freedom*-Erhebung begann im Jahre 1979.

⁹² Vgl. hierzu: www.reporter-ohne-grenzen.de/cont_dateien/indpres.php, Stand 8. Dezember 2002.

Am geringsten entwickelte Länder: despotische Staaten		
Jugoslawien ⁹³	Die Presse ist teilweise frei	60
Kasachstan	Die Presse ist nicht frei	116
Aserbaidshon	Die Presse ist nicht frei	101
Tadschikistan	Die Presse ist nicht frei	86
Usbekistan	Die Presse ist nicht frei	120
Weißrussland	Die Presse ist nicht frei	124
Turkmenistan	Die Presse ist nicht frei	136

* Diese Länder sind in dem Index zur Situation der Pressefreiheit nicht verzeichnet.

2. 4. Die Transformationsstufen

Analog zu den im Abschnitt 1. 3. vorgestellten Periodisierungen der politischen, ökonomischen und sozialen Transformationen in postkommunistischen Ländern lässt sich auch der Transformationsprozess in den Medien in verschiedene Phasen einteilen, die durch spezifische Übergangselemente gekennzeichnet sind. Bei der Transformation postkommunistischer Medien lassen sich bei einer Grundausrichtung mit der Entwicklungsperspektive *Rückkehr nach Europa* beziehungsweise *Hinwendung zum westlichen Typus* folgende drei Transformationsstufen unterscheiden, welche dazu dienen, die Entwicklungsfortschritte zu dokumentieren:

1. Der Durchbruch im Mediensektor

- Beginn der Abkehr von der bisherigen Medienpraxis;
- kleine Veränderungen in den Medieninhalten bis hin zu einer grundlegenden publizistischen Neuorientierung offizieller Medien;
- Lockerung von Monopolen durch Entstehung und Tolerierung neuer, alternativer Informationsquellen;
- neue Freiheiten durch Lockerung beziehungsweise Nichtbeachtung der gültigen Bestimmungen;
- Vakuum an neuen Bestimmungen.

2. Die Festsetzung der Veränderungen im Mediensektor

- Abschaffung von Kontrollmechanismen (Zensur, direkte Einflussnahme durch Obrigkeiten);
- Schaffung neuer rechtlicher Rahmenbedingungen für die Medien;
- Abschaffung staatlicher Monopole und Etablierung neuer Strukturen in den einzelnen Mediensektoren (durch Privatisierung, Deregulierung, Neuregulierung, Dezentralisierung);

⁹³ Jugoslawien stellt einen Sonderfall dar. Trotz Verbote und hoher Geldstrafen existierten zu Zeiten des Milosevic-Regimes einige unabhängige Medien. Sie wurden toleriert, weil sie kaum Auswirkungen auf die öffentliche Meinung hatten. Dies beruhte darauf, dass die meisten Menschen es sich nicht leisten konnten alternative Publikationen zu kaufen und als Hauptinformationsquellen der Bevölkerung die staatlich kontrollierten Medien dienten. Die Pressefreiheit nahm nach dem politischen Machtwechsel im Oktober 2000 zu, als Kostunica zum Präsidenten gewählt wurde (vgl. Bardos 2001 : 424ff; *How free* 2001 : 48).

- Pluralisierung der Medien;
- Zunahme der politischen Emanzipation von Medien;
- Liberalisierung des Medienmarktes;
- erkennbarer Zutritt neuer Akteure zum Medienmarkt;
- Koexistenz alter und neuer Angebote;
- zunehmender Wettbewerb und zunehmende Kommerzialisierung;
- Neudefinition der Aufgaben von Medien.

3. Entstehung einer stabilen Medienordnung

- Stabilisierung und Konsolidierung der neuen Medienordnung;
- Veränderungen, die stattfinden, haben keinen fundamentalen Charakter mehr;
- Beginn eines post-transformationellen Entwicklungsprozesses.

Bei der Periodisierung von medienbezogenen Transformationsprozessen und der Analyse der Transformationsfortschritte ist es von Bedeutung, präzise zu prüfen, wie weit reichend die Veränderungen waren. Hier gilt es zu unterscheiden zwischen fundamentalen und oberflächlichen Veränderungen. Ebenfalls relevant ist die Beantwortung der Frage, ob es sich um eine tatsächliche Abkehr oder nur um eine oberflächliche Modifikation der Strukturen des alten Systems handelt.

2. 5. Die Transformationspfade

Bei der Evaluation von Medientransformationsprozessen in postkommunistischen Ländern sollten in einem ersten Schritt die spezifischen Rahmenbedingungen geprüft werden. Hierbei relevant sind sowohl die historischen Erfahrungen, die ein bestimmtes Set an Transformationsvoraussetzungen kreieren, als auch die politischen, ökonomischen, kulturellen und exogenen Faktoren, die den Transformationsprozess begleiten und den äußeren Rahmen der allgemeinen Transformation prägen.

Die Transformationspfade in den Medien – der äußere Rahmen

Folgende Aspekte, die einerseits den spezifischen Verlauf des Transformationsprozesses geprägt haben können und andererseits den Transformationsfortschritt abbilden, sollten bei der Analyse des äußeren Rahmens der Medientransformationen berücksichtigt werden:

1. **Entwicklungsperspektive:**

- **Orientierung im Sinne einer *Rückkehr nach Europa* beziehungsweise einer *Hinwendung zum westlichen Typus*.** Zunächst gilt es festzustellen, ob und bis zu welchem Grade das jeweilige Land eine Transformation in dieser Entwicklungsperspektive anstrebte beziehungsweise immer noch anstrebt. In

diesem Zusammenhang ist es ebenfalls relevant, in welchem Maße sich die Bevölkerung kulturell mit dem abendländischen Europa verbunden fühlt und sich als Teil der Kulturgemeinde Europas identifiziert.

2. **Historische Parameter:**

- **Identifikation der Bevölkerung mit dem Kommunismus.** Wenn die Bevölkerung das kommunistische System nicht verinnerlicht hatte, es als oktroyiert empfand oder sogar massiv ablehnte, kann dies zu Legitimitätskrisen der kommunistischen Machthaber geführt haben. Der Grad der Identifikation der Bevölkerung mit dem Kommunismus mag auf die Formulierung der Entwicklungsperspektive im Transformationsprozess und die Demokratiebereitschaft – sowohl der politischen Akteure als auch der Bevölkerung – zentralen Einfluss gehabt haben.
- **Typ des Kommunismus bis 1989.** Auch dieser Aspekt mag sich auf den spezifischen Transformationsverlauf ausgewirkt haben. Totalitäre Regime, die Abweichungen von der orthodoxen Lesart nicht akzeptierten, mögen in der Bevölkerung ein anderes politisches und soziales Bewusstsein hervorgebracht haben als autoritäre Regime, die einige Freiheiten akzeptierten.
- **Bereitschaft des kommunistischen Regimes zu Reformen.** Die Bereitschaft der kommunistischen Eliten, orthodoxe Leitideen zu hinterfragen und soziale und wirtschaftliche Reformen durchzuführen, mag sich auf den Modernisierungsstand eines Landes entscheidend ausgewirkt haben. Die Anstrengungen, die kommunistische Eliten im Wirtschaftsbereich unternommen hatten, mögen zunächst einen großen Einfluss auf das allgemeine wirtschaftliche Entwicklungsniveau eines Landes gehabt haben. Die Toleranz von Privateigentum und privaten wirtschaftlichen Initiativen mag außerdem in der Bevölkerung anderes ökonomisches Bewusstsein geprägt haben.
- **Interne Opposition.** Ebenfalls relevant ist, ob und in welchem Grade es eine interne Opposition gegeben hat, die ihren Widerstand gegen das kommunistische System artikuliert, die kommunistischen Eliten herausforderte und die bei einem Regimewechsel potentiell in der Lage war, politische Verantwortung zu übernehmen. Das Repressionsniveau des alten kommunistischen Regimes hatte sicherlich in einem großen Maße Einfluss darauf, in welchem Grade sich Kritiker des Systems und Untergrundbewegungen entfalten konnten und in welchem Maße alternatives Denken Ausdruck finden konnte.
- **Religiös-kultureller Zivilisationstyp.** Auch dieser Aspekt sollte zumindest mitberücksichtigt werden, da der kulturtheoretisch orientierte Ansatz der Transformationsforschung argumentiert, dass der spezifische Zivilisationstypus in Bezug auf den Demokratisierungsfortschritt ebenfalls eine Rolle spielt.

3. **Übergang:**

- **Modus des Regimewechsels.** Die Art und Weise, wie sich der Machtwechsel vollzogen hat (ausgehandelter Systemwechsel, von alten Eliten gelenkter Systemwechsel, von unten erzwungener Systemwechsel, Regime-Kollaps, Neugründung von Staaten) kann sich auf die spätere

Transformationsentwicklung, beispielsweise rasche Reformen oder verzögerte/verschleppte Reformen, direkt ausgewirkt haben.

- **Dauer des Regimewechsels.** Die Dauer des Regimewechsels (bis zur ersten frei gewählten Regierung) mag sich insbesondere auf das Tempo und die Qualität der Reformen ausgewirkt haben.

4. Transformationsentwicklung:

- **Kontinuität der alten politischen Eliten.** Das ist ein zentraler Aspekt, da alte politische Eliten den Status quo möglicherweise gar nicht oder nur graduell ändern wollten und aus diesem Grunde eine zentrale Reformbarriere darstellten.
- **Typ des neuen Regierungssystems.** Die Wahl des neuen Regierungssystems mag sich auf den Demokratisierungsfortschritt ebenfalls ausgewirkt haben. Präsidientielle Regierungssysteme bergen potentiell die Gefahr einer sehr großen Machtkonzentration, bei der relevante Entscheidungen von einem einzelnen politischen Akteur getroffen werden und die wichtigsten politischen Prozesse an die Persönlichkeit der Führungsfigur gebunden sind. Die Machtdispersion und Verteilung der Entscheidungsgewalt steigen graduell vom präsidientell-parlamentarischen zum parlamentarisch-präsidientellen bis schließlich zum parlamentarischen Regierungssystem.
- **Fortschritt der Demokratisierung.** Dies ist ein zentraler Aspekt, der den politischen Transformationsfortschritt dokumentiert. Im Mittelpunkt stehen freie und faire Wahlen, Mehr-Parteien-System, politischer Wettbewerb, politische Interessensvertretungen.
- **Verfassungsentwicklung.** Für den Transformationsverlauf relevant ist, ob und in welcher Weise die Verfassung verändert oder durch eine neue ersetzt worden ist.
- **Rechtsstaatliche Verhältnisse.** Dies ist ein Hauptelement eines erfolgreichen Transformationsprozesses. Dazu zählen Gewaltenteilung, eine kontrollierbare und unabhängige Gerichtsbarkeit, Vorrang von Recht und Gesetz, Rechtssicherheit und Rechtsschutz.
- **Wirtschaftlicher Reformerfolg.** Zu überprüfen ist, ob, wann und wie wirtschaftliche Reformmaßnahmen durchgeführt worden sind. Dazu zählen die Einführung der Marktwirtschaft, Entstaatlichung, Förderung der Privatwirtschaft und die Bekämpfung von Inflation. Der Zuwachs des privaten Sektors und Wirtschaftswachstum spiegeln den wirtschaftlichen Transformationsfortschritt wider.
- **Volumen der Auslandsinvestitionen.** Auch dies ist ein Faktor, der berücksichtigt werden sollte. Auslandsinvestitionen spiegeln einerseits das Vertrauen oder das Misstrauen in die Stabilität und zukünftige Entwicklung eines Landes wider und tragen andererseits maßgeblich zur strukturellen und ökonomischen Entwicklung bei.
- **EU-Integration.** Die Beziehungen zur EU spielen im Transformationsverlauf eine bedeutende Rolle. Integrationsbemühungen und spezielle Programme haben Einfluss auf die Transformationsausrichtung und den Transformationsfortschritt.

- **Allgemeine internationale Integration.** Die Integration in internationale Strukturen und Organisationen stellt einen weiteren wichtigen exogenen Faktor dar, der den Transformationsverlauf mitbestimmt hat.

Transformationspfade auf spezifischen Medien-Ebenen

In einem zweiten Schritt der Analyse⁹⁴ sollten die spezifischen Ebenen der Medientransformation untersucht werden, wobei verschiedene Optionen des Transformationsverlaufs berücksichtigt werden sollten. Der Transformationsverlauf kann zunächst auf der **legislativen und strukturellen** Ebene nachgezeichnet werden, wobei in diesem Zusammenhang folgende Fragen beantwortet werden müssen:

1. Wurden rechtliche Rahmenbedingungen für die Umgestaltung der Medienordnung geschaffen?
2. Wurde die Zensur abgeschafft?
3. Wurde die Meinungs-, Presse- und Informationsfreiheit gesetzlich verankert?
4. Existiert die Meinungs-, Presse- und Informationsfreiheit de jure oder de facto?
5. Gibt es neue gesetzliche Grundlagen, die die Pressefreiheit beschränken können (hohe Strafen wg. Verleumdung, Verrat usw.)?
6. Wurden rechtliche Maßnahmen getroffen, um den Medien zu restrukturieren?
7. Wurden die zentralistischen und monopolistischen Strukturen abgeschafft?
8. Wurden kartellrechtliche Bestimmungen zur Vermeidung von Monopolbildung geschaffen?
9. Konnten neue Akteure den Medienmarkt betreten?

Eine zweite Ebene der medienbezogenen Analyse umfasst die **ökonomischen Bedingungen** der Medientransformation und -entwicklung. Hierbei stellen sich folgende zentrale Fragen:

1. Wurden ehemals staatliche beziehungsweise parteiliche Medien privatisiert?
2. Erfolgte eine Liberalisierung des Marktes?
3. Welche Rolle spielen ausländische Investoren?
4. Welche Rolle spielen einheimische Unternehmen?
5. Welche Rolle spielt der Werbemarkt?
6. Wie hat sich der Werbemarkt entwickelt?
7. Welche Rolle spielen ausländische Unternehmen, inländische Unternehmen sowie staatliche oder staatsnahe Betriebe als Werbekunden?

Ebenfalls relevant ist die Ebene **Staat, Machteliten und Medien**. Auf dieser Ebene sollte nachgezeichnet werden, in welchem Maße die Medien durch den Staat und/oder durch die politischen und wirtschaftlichen Machteliten beeinflusst und dadurch noch immer beziehungsweise erneut instrumentalisiert werden. Hierbei stellen sich folgende Fragen:

⁹⁴ Vgl. auch hierzu die ausführlichen Analyseraster, Kapitel VIII.

1. Ist es den Medien gelungen, sich vom staatlichen/parteilichen Einfluss zu lösen?
2. Wie groß ist die Unabhängigkeit vom Staat und von den Machteliten heute?
3. Fungieren Medien noch immer als Sprachrohre bestimmter politischer Gruppierungen oder staatlicher Institutionen?
4. Gibt es Kontroll- und Steuerungsmechanismen seitens der Politik und/oder des Staates?

Nach der Abbildung der Transformationsoptionen auf diesen drei Ebenen sollten die Transformationspfade in den einzelnen Mediensektoren detailliert nachgezeichnet werden. Im **Pressebereich** sind folgende Untersuchungsschritte notwendig:

1. Haben die Besitzverhältnisse bei alten Titeln gewechselt?
2. Wie haben sich alte Titel entwickelt?
3. Wie haben sich neue Titel entwickelt?
4. Ist das Angebot quantitativ größer geworden?
5. Ist das Angebot publizistisch größer geworden?
6. Wer sind die Eigentümer von Zeitungen?
7. Wer sind die Eigentümer von Zeitschriften?
8. Wie groß ist der Druck, der auf die Presse ausgeübt wird?
9. Gibt es Konzentrationstendenzen?
10. Wie groß ist der Wettbewerb auf dem Pressemarkt?
11. Wie finanziert sich die Presse?
12. Ist die Presselandschaft dezentraler geworden?
13. Wie groß ist das Volumen der Auslandsinvestitionen im Pressesektor?

Im Bereich des **Rundfunks** müssen folgende Aspekte untersucht werden:

1. Wurde die Rundfunkordnung neu reguliert?
2. Wurde das staatliche Rundfunkmonopol aufgehoben?
3. Was ist aus dem staatlichen Rundfunk geworden?
4. Welche Rundfunkarten existieren?
5. Wer sind die Eigentümer von Hörfunksendern? Werden Radiosender von ihren Eigentümern instrumentalisiert?
6. Wer sind die Eigentümer beim Fernsehen? Werden Fernsehsender von ihren Eigentümern instrumentalisiert?
7. Wer kontrolliert und bestimmt über den Rundfunk?
8. Wenn ein spezielles Rundfunkaufsichtorgan existiert, durch wen wird es einberufen?
9. Wie groß ist die Staatsnähe des neuen Rundfunkaufsichtorgans?
10. Wie groß ist die Nähe des neuen Rundfunkaufsichtorgans zu den politischen Machteliten?
11. Wie finanziert sich der Rundfunk?

12. Wie hoch ist das Regulierungsniveau im Rundfunkwesen?
13. Ist das Angebot auf dem Rundfunkmarkt größer geworden?
14. Wie groß ist der Wettbewerb auf dem Rundfunkmarkt?
15. Ist der Rundfunk dezentraler geworden?
16. Auf welchen Ebenen ist der Rundfunk angesiedelt?
17. Wie groß ist das Volumen der Auslandsinvestitionen im Rundfunksektor?

Diese Untersuchungsschritte und der detailliert ausgearbeitete Katalog verschiedener Entwicklungsoptionen im Anhang sollen als ein analytisches Grundgerüst verstanden werden, das in der Lage ist, den spezifischen Transformationspfad der polnischen Presse und des Rundfunks abzubilden. Die in das Analyseschema aufgenommenen wesentlichen Dimensionen der medienbezogenen Transformation sollen dazu beitragen, die Komplexität der Realität abzubilden.

Bei vergleichenden Untersuchungen von Transformationspfaden ist es notwendig, den vorgeschlagenen Fragekatalog durch ergänzende Bemerkungen zu erweitern. Nur in dieser Weise wird es gelingen, den spezifischen Transformationsverlauf nuanciert zu analysieren. Diese Vorgehensweise ist auch notwendig, um ein anderes Problem bei der Bewertung der tatsächlichen Pressefreiheit sowie des Entwicklungsniveaus in den Medien zu bewältigen, nämlich die Kluft zwischen *de jure* und *de facto*. Vermeintliche Fortschritte, welche aber tatsächlich nur auf dem Papier existieren, können auf diese Weise aufgezeigt werden.

Kapitel II : Systemwechsel und Transformation in Polen

Wie im vorangegangenen Kapitel dargelegt, ist es bei der Analyse des Transformationsverlaufes der polnischen Medien unabdingbar, diesen Prozess in den historischen, politischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Kontext einzubetten und aus diesem Grund den spezifischen Transformationsweg, den Polen beschritten hat, in die Betrachtung mit einzubeziehen. Viele charakteristische Elemente des polnischen Medienwandels, insbesondere in den ersten Jahren, hängen unmittelbar damit zusammen.

1. Auf Konfrontationskurs: Der kommunistische Staat und die polnische Bevölkerung

Dass der polnische Kommunismus nach über 40 Jahren Existenz im Jahre 1989 innerhalb weniger Monate kollabieren würde, hatten weder die polnischen Bürger noch ausländische Beobachter erwartet. Dass das kommunistische System in Polen Ende der achtziger Jahre erneut in die Krise geriet, war allerdings keine Überraschung, sondern stellte eher einen *Normalfall* dar. Die polnische Nachkriegsgeschichte ist gekennzeichnet durch regelmäßige Konfrontationen zwischen dem kommunistischen Staat und der Bevölkerung. „Von allen Gesellschaften im sowjetischen Machtbereich hat sich die polnische am widerstandsfähigsten gegen die Übernahme des kommunistischen Herrschaftssystems erwiesen.“ (Ziemer/Quaisser 1994 : 15)

Bereits in den Anfängen der Volksrepublik Polen hatten die kommunistischen Machthaber mit der Unzufriedenheit der polnischen Bevölkerung zu kämpfen. Im Juni 1956 gipfelte dieser Unmut erstmals in einem Arbeiteraufstand in Poznań (Posen), als von der Regierung angekündigte Verbesserungen des Lebensstandards ausblieben und die Menschen stattdessen eine spürbare Verschlechterung ihrer materiellen Lage verspürten. Die sechs Tage anhaltenden Streiks entwickelten sich zu Massendemonstrationen für politische Freiheiten. Sie wurden schließlich am 28. Juni 1956 mit Waffengewalt niedergeschlagen, wobei diese Konfrontation nach offiziellen Angaben 75 Menschenleben und 800 Verletzte kostete (vgl. Dlugosch : 131 ff; Bingen 1999 : 37; Bingen 2001 : 10).

Nach einer relativ kurzen politischen *Tauwetter-Periode*⁹⁵, die dem Tod des *polnischen Stalins*, Bolesław Bierut, folgte und die einige politische Freiheiten⁹⁶ brachte, begann sich Anfang der sechziger Jahre in Kreisen polnischer Intellektueller eine offene Opposition gegen das kommunistische Herrschaftssystem herauszubilden. Seit 1959 wurden diejenigen Vertreter innerhalb der Polnischen Vereinigten Arbeiter-Partei/PVAP (*Polska Zjednoczona Partja Robotnicza/PZPR*), die Wirtschaftsreformen unterstützten,

⁹⁵ Damit wird der Beginn einer weniger repressiven Politik bezeichnet.

⁹⁶ Beispielsweise wurde das Wahlsystem demokratisiert, was dazu führte dass die Polnische Vereinigte Arbeiter-Partei/PVAP (*Polska Zjednoczona Partja Robotnicza/PZPR*) nach dem Sejm-Wahlen im Jahre 1957 nur noch 50 Prozent der Mandate hatte. Der Rest verteilte sich auf verschiedene politische, gesellschaftliche und katholische Gruppierungen. Darunter befanden sich die katholische *ZNAK*-Gruppe, der damals der spätere erste nichtkommunistische Premierminister Tadeusz Mazowiecki angehörte (vgl. Bingen 1999 : 38)

zunehmend ins Abseits gedrängt. Es folgten Schauprozesse gegen Regimegegner und ein harter Kurs in der Kulturpolitik: Liberale Diskussionsklubs wurden geschlossen und einige soziokulturelle Zeitschriften eingestellt (vgl. Bingen 1999 : 39).

Als die Zensur verschärft und intellektuelle Freiheiten weiter beschränkt wurden, entschied eine Gruppe Intellektueller, dagegen etwas zu unternehmen. Am 19. März 1964 adressierten 34 prominente polnische Schriftsteller, Journalisten und Akademiker einen Protestbrief an das Büro des Premierministers. Darin kritisierten sie den notorischen Mangel an publizistischen Produkten⁹⁷ und verlangten, dass die Menschenrechte, die in der Verfassung der Volksrepublik Polen garantiert waren, Beachtung finden sollten. Der Inhalt des Protestschreibens wurde öffentlich, als die kritisierte Obrigkeit auf den – insgesamt recht freundlich formulierten – Brief mit der Festnahme eines der insgesamt 34 Unterzeichner reagierte. Über ausländische Korrespondenten gelangte der Brief an den Sender *Radio Free Europe*, der den Textlaut bekannt machte. Der Konflikt zwischen den kommunistischen Machthabern und polnischen Intellektuellen, insbesondere Studenten, spitzte sich in den folgenden Jahren weiter zu. 1965 wurden die beiden Warschauer Universitätsdozenten Jacek Kuroń und Karol Modzelewski wegen Revisionismus verurteilt. Diese und weitere Schauprozesse gegen kritische Prominente führten in den Jahren 1966 und 1967 zu vehementen Protesten bei den Studenten. Der Warschauer Student Adam Michnik wurde in dieser Periode zu einem bedeutenden Vertreter der rebellierenden Studentenschaft. Als er von der Universität suspendiert wurde, unterschrieben mehr als 200 Professoren und 1.000 Studierende eine Petition zu seiner Verteidigung (vgl. Goban-Klas 1994 : 121f.; Bingen 1999 : 39). Im Klima des Prager Frühlings kam es ebenfalls zu Protestaktionen. Im März 1968 wurde in Warschau eine Studentendemonstration von den Sicherheitskräften gewaltsam niedergeschlagen (vgl. Bingen 2001 : 10).

Zu Streiks und Tumulten in der Arbeiterschaft kam es danach erst wieder im Jahre 1970. Die polnische Bevölkerung war mit der gesamten wirtschaftlichen Situation ihres Landes unzufrieden und als die Regierung erhebliche Preiserhöhungen für bisher hoch subventionierte Lebensmittel ankündigte, kam es in zahlreichen polnischen Städten zu öffentlichen Protesten und blutigen Auseinandersetzungen zwischen Demonstranten und den eingesetzten Armee- und Milizeinheiten. Die Unruhen im Dezember 1970 dauerten sechs Tage und kosteten mindestens 45 Menschenleben, 1.165 Menschen wurden verletzt. Diese Konfrontation führte schließlich zur Ablösung des bisherigen Vorsitzenden der Polnischen Vereinigten Arbeiter-Partei/PVAP Władysław Gomułka durch Edward Gierek, der eine Reihe politischer, wirtschaftlicher und sozialer Zugeständnisse machte, was die explosive Lage entspannte (vgl. Bingen 1991 : 190; Underwood 1982 : 756; Bingen 2001 : 10).

Fünfeinhalb Jahre später, im Juni 1976, führten drastische Preiserhöhungen für Zucker und Fleisch in den Städten Radom und Ursus zu erneuten Unruhen. Hunderte von Arbeitern wurden verhaftet, Tausende aus

⁹⁷ Bei Publikationen gab es in der Volksrepublik Polen immer eine Diskrepanz zwischen Angebot und Nachfrage. Während Parteiblätter vehement gefördert wurden, aber gar nicht so viele Leser fanden, wurden die Auflagen von beliebten Morgen- und Nachmittagszeitungen oder kulturellen-intellektuellen Blättern limitiert. Offiziell wurde diese Pressepolitik mit Papiermangel begründet (vgl. Pisarek 1999 : 130f.).

ihrem Arbeitsverhältnis entlassen und 78 Personen wegen *Rowdytums* in Sondergerichtsverfahren zu Gefängnisstrafen von bis zu zehn Jahren verurteilt. Die Brutalität der Polizei gegenüber den Arbeitern und die hohen Haftstrafen führten am 23. September 1976 zur Gründung des so genannten Komitees zur Verteidigung der Arbeiter (*Komitet Obrony Robotników/KOR*) durch eine Gruppe polnischer Intellektueller, darunter Adam Michnik und Jacek Kuroń. Die Mitglieder von *KOR* halfen den betroffenen Familien und leisteten juristische Hilfestellung. Das *KOR* benannte sich 1977 um in Komitee für Gesellschaftliche Selbstverteidigung (*Komitet Samoobrony Społecznej/KSS-KOR*) und verstand sich nunmehr als eine Bürgerrechtsbewegung, die es sich zum Ziel gemacht hatte, eine demokratische Gegenöffentlichkeit aufzubauen (vgl. Bingen 2001a : 11).

Eine weitere Krise, die zur Machterosion der PVAP und zur Gründung der unabhängigen Gewerkschaft *Solidarność* führte, folgte Ende der siebziger Jahre, als sich Polen wiederholt in großen wirtschaftlichen Schwierigkeiten befand: die Löhne sanken, die Preise stiegen, die Arbeitsproduktivität – insbesondere in der Landwirtschaft – war gering und die Versorgung mit Konsumgütern unzureichend. Hinzu kamen eine hohe Auslandsverschuldung und ein rückläufiger Lebensstandard (vgl. Bingen 1991 : 193). Dass zwischen dem kommunistischen Staat und der polnischen Bevölkerung eine große Kluft existierte, wurde insbesondere beim Besuch des Papstes Johannes Paul II. im Juni 1979 deutlich. Bei seinen elf öffentlichen Ansprachen erntete Johannes Paul II. Begeisterungstürme. Hunderttausende Menschen aus allen Teilen des Landes kamen, um ihn zu hören. Diese Begeisterung ließ die Regierung Edward Giereks fürchten, dass der Jubel um den Papst nicht nur religiöser Enthusiasmus war, sondern darüber hinaus auch eine Demonstration des polnischen Volkes für ein anderes politisches System. Der drohenden Destabilisierung ihrer politischen Macht und Legitimität versuchte die kommunistische Partei zunächst mit einer Doppel-Strategie zu begegnen. Einerseits demonstrierte sie Unnachgiebigkeit bei den vom Papst geforderten Zugeständnissen gegenüber der Katholischen Kirche.⁹⁸ Andererseits wurden in verschiedenen sozialen und wirtschaftlichen Bereichen Sofortmaßnahmen angekündigt, die den Menschen Verbesserungen bringen sollten (vgl. Bingen 1991 : 195; *Deutsche* 1985 : 60).

Insbesondere nach diesem Papst-Besuch formierten sich zahlreiche oppositionelle Gruppen. Sie wurden ermuntert durch den ebenfalls mutiger gewordenen polnischen Klerus, der nun offen kritisierte, dass an der Misswirtschaft und den schlechten Lebensbedingungen die kommunistische Partei die Schuld habe. Diese Entwicklung alarmierte die Parteifunktionäre: Beim VIII. Kongress der PVAP im Februar 1980 wurden einige Personaländerungen und Sachentscheidungen vorgenommen, doch auch diese Maßnahmen konnten die sich anbahnende offene Konfrontation zwischen dem Staat und der polnischen Bevölkerung nicht stoppen (vgl. Urban 1998 : 99; *Deutsche* 1985 : 61).

Im Juni 1980 kam es aufgrund angehobener Fleischpreise zu Arbeitsniederlegungen und Streiks in verschiedenen polnischen Städten. Das Politbüro drohte den Streikenden und deutete eine mögliche Intervention der Sowjetunion an – den bevorstehenden offenen Aufstand im August 1980 konnte es nicht

⁹⁸ Johannes Paul II. hatte das Recht auf Religionsfreiheit und die Gewährleistung von Bürgerrechten gefordert.

verhindern: Insgesamt eine Million polnische Arbeiter traten in den Streik. Das Zentrum des Aufstandes war die Lenin-Werft in Danzig, wo der Streik nach der Entlassung einer Kranführerin begonnen hatte. Zum Streikführer gewählt wurde der Werftarbeiter und spätere polnische Präsident Lech Wałęsa, der beauftragt wurde, die Forderungen der Arbeiterschaft gegenüber der Regierung zu vertreten. Die Regierung Gierek reagierte auf die massive Streikwelle am 31. August 1980 mit Genehmigung der Gründung der unabhängigen Gewerkschaft *Solidarność*. Dies wurde in dem so genannten Danziger Abkommen festgehalten (vgl. Bingen 1998 : 49; Bingen 2001 : 12). „Innerhalb weniger Wochen verlor die PZPR⁹⁹ die direkte Kontrolle über mehr als 90% der organisierten Arbeiter.“ (Bingen 1998 : 49) Bis November 1980 traten der *Solidarność* zehn Millionen von insgesamt 16 Millionen Werktätigen Polens bei, darunter eine Million PVAP-Mitglieder (vgl. Bingen 1998 : 49; Ziemer/Quaisser 1994 : 17). Die *Solidarność* war von Beginn an keine reine Arbeiterbewegung. Die Gewerkschaft entwickelte sich vielmehr zu einem Sammelbecken aller oppositionellen Kräfte und „stellte [...] das erste erfolgreiche Bündnis zwischen Arbeitern und Intellektuellen in der Geschichte Polens dar“ (Urban 1998 : 99).

Während sich *Solidarność* kontinuierlich entwickelte, spitzte sich die innenpolitische Lage merklich zu. Premierminister Edward Gierek musste abdanken, zum neuen Staats- und Parteichef wurde Stanisław Kania ernannt. Kania war allerdings ebenso wenig in der Lage war, die innenpolitische Lage zu stabilisieren. Auch als Verteidigungsminister General Wojciech Jaruzelski im Oktober 1980 das Amt des Staatschefs übernahm, änderte sich die Situation kaum. Am 10. Januar 1981 rief die Gewerkschaft *Solidarność* zum Generalstreik auf, an dem sich zwischen 60 und 80 Prozent aller Arbeitnehmer beteiligten. Es entstand zunehmend der Eindruck einer Doppelherrschaft im Polen. Dies führte dazu, dass die Sowjetunion ein radikaleres Vorgehen gegen die in ihrer Sicht unerhörte *antisowjetische Propaganda* forderte. Die *Solidarność* – von ihrer hohen Popularität in der polnischen Bevölkerung beflügelt – forderte nämlich mittlerweile nicht nur wirtschaftliche Sanierungsmaßnahmen, sondern auch Demokratie, freie Wahlen, Gerechtigkeit, gleiche Rechte für jedermann, die Freilassung politischer Gefangener und Schutz der Bürger, die aufgrund ihrer politischen, publizistischen oder gewerkschaftlichen Tätigkeit unterdrückt wurden. Nach knapp anderthalb Jahren *Solidarność*-Bewegung antwortete die polnische kommunistische Regierung mit dem äußersten Mittel, zu dem sie aus eigener Kraft und ohne sowjetisches Eingreifen noch fähig war: Am 13. Dezember 1981 verhängte General Wojciech Jaruzelski das Kriegsrecht in Polen und setzte einen von ihm geleiteten Militärrat zur Nationalen Rettung (*Wojnowa Rada Obrony Narodowej/WRON*) ein. Die Gewerkschaft *Solidarność* wurde zunächst ausgesetzt, dann verboten und schließlich aufgelöst. Streiks wurden untersagt und die Gewerkschaftsführer interniert. Erst am 22. Juli 1983 wurde der Kriegszustand wieder aufgehoben (vgl. Bingen 1998: 49ff.; *Deutsche* 1985 : 61 f.).

⁹⁹ Das ist die Abkürzung für *Polska Zjednoczona Partja Robotnicza/PZPR* (Polnische Vereinigte Arbeiter-Partei/PVAP).

2. Der friedliche Umbruch und der ausgehandelte Systemwechsel von 1989

Die ersten Anzeichen eines politischen Wandels in Polen wurden ab Mitte der achtziger Jahre sichtbar. Der neu eingeschlagene Kurs des sowjetischen Generalsekretärs der KPdSU, Michail Gorbatschow, wirkte sich auch auf die polnische Politik aus. Durch seine Politik der *Perestroika* und *Glasnost* hatte Gorbatschow ein Klima für Reformideen geschaffen, das den meisten Parteichefs des kommunistischen Blocks viel zu weit ging. Der polnische Staatschef Wojciech Jaruzelski jedoch gewährte dem Reformflügel der PVAP ab Mitte der achtziger Jahre größeren Spielraum (vgl. Urban 1998 : 98; Druwe 1992 : 11). „Jaruzelski [wollte][...] das System nicht überwinden, sondern durch eine begrenzte Öffnung und durch begrenzte Wirtschaftsreformen retten“ (Urban 1998 : 98). Für die oppositionellen Strömungen und Bewegungen und reformwillige Kommunisten war Michail Gorbatschows neu eingeschlagener Kurs ein Signal dafür, dass eine reelle Chance für politische Erneuerungen bestand. Eine bedeutende Voraussetzung für den Beginn der politischen Transformation war die Abkehr der UdSSR von der so genannten *Breschnew-Doktrin*¹⁰⁰. Sie wurde durch die so genannte *Sinatra-Doktrin*¹⁰¹ ersetzt.

In diesem Klima der allgemeinen Lockerung entwickelte sich die *Solidarność* zur ersten offiziell anerkannten Oppositionsbewegung im ehemaligen Ostblock. Nachdem im Juli 1986 alle politischen Gefangenen aus der Haft entlassen worden waren, zeichnete sich zwischen den kommunistischen Machthabern und Kreisen der Opposition zunächst eine Antikrisen-Übereinkunft ab. Die vom *Solidarność*-Streikführer Lech Wałęsa geforderte Legalisierung seiner Gewerkschaft, wurde von der PVAP jedoch vehement abgeblockt. Am 1. und 3. Mai 1987 kam es – trotz Einschüchterungsmaßnahmen – erstmals zu landesweiten Protestaktionen. Im November 1987 forderten Demonstranten in Warschau, Gdańsk (Danzig), Katowice (Kattowitz) und Kraków (Krakau) die Wiedezulassung der unabhängigen Gewerkschaft *Solidarność* sowie mehr bürgerliche Freiheiten (vgl. Bischof 1991 : 14; Hoensch 1990 : 346; Bingen 2001 : 13).

Am 16. März 1988, dem 8. Jahrestag der *Solidarność*-Gründung, brachen erneut Streiks aus, die schnell das ganze Land erfassten und die polnische Wirtschaft fast vollständig zum Erliegen brachten. Da die von der Bevölkerung geforderten und auch von der PVAP anvisierten Wirtschaftsreformen nicht vorankamen, wurde der damalige Premierminister Zbigniew Messner am 27. September 1988 von dem als Reformler geltenden Mieczysław Rakowski abgelöst. Rakowski besetzte alle Schlüsselpositionen seines Kabinetts mit Befürwortern von Reformen und kündigte einen energischen Kampf gegen die wirtschaftliche Krise an. Die

¹⁰⁰ Der ehemalige sowjetische Staatschef Leonid Breschnew hatte 1968 verkündet, dass die Souveränität der einzelnen kommunistischen Staaten ihre Grenzen an den Interessen der Sowjetischen Gemeinschaft findet. Dies bezog sich sowohl auf die Außenpolitik als auch auf die innere gesellschaftliche Entwicklung der Ostblockländer. Jahrzehntlang diente diese Doktrin als Rechtfertigung dafür, Reformbestrebungen in den kommunistischen Ostblock-Ländern – notfalls mit militärischer Gewalt – zu unterdrücken (vgl. Urban 1998 : 99; Merkel 1999 : 128).

¹⁰¹ Dieser Begriff bezieht sich auf eine Aussage von Gorbatschows außenpolitischem Pressesprecher Gennadij Gerassimow. Als er am 25. Oktober 1989 im US-amerikanischen Fernsehen gefragt wurde, ob die Sowjetunion noch immer der Breschnew-Doktrin anhänge, antwortete Gerassimow: „Sinatra hatte einen Song, ‚Ich tat es auf meine Art ...‘ (I did it my way). So entscheidet jedes Land in seiner eigenen Art, welchen Weg es nehmen will.“ (Dahrendorf 1990 : 17)

seit 1987 fortwährenden Streiks endeten erst, nachdem Lech Wałęsa am 31. August 1988 mit Innenminister Kiszczak zusammengetroffen war. Der Innenminister hatte in diesem Gespräch erstmals Verhandlungen über die Wiedermehrlassung der Gewerkschaft *Solidarność* in Aussicht gestellt. Ein weiteres Zugeständnis an den Gewerkschaftsführer war die Zusage, dass Wałęsa am 30. November 1988 in einer Live-Diskussionsendung im staatlichen Fernsehen erstmals seit 1981 seine Ansichten öffentlich darlegen durfte (vgl. Hoensch 1990 : 347 f.; Maziarski 1999: 182; Bingen 1998 : 58f.). Laut Goban-Klas (1994 : 198) war dies eine Fernseh-Debatte, die Polen erschütterte. „Der Arbeiterführer sollte vom Vorsitzenden des staatlichen Gewerkschaftsbundes *OPZZ*, dem in vielen Rhetorikkursen geschulten Parteifunktionär Alfred Miodowicz, in einer direkt übertragenen Fernsehdiskussion lächerlich gemacht werden. Am Abend des 30. November 1988 saßen Millionen Polen vor den Bildschirmen und erlebten, wie ein nervöser Miodowicz gegenüber einem glänzend aufgelegten, witzigen Wałęsa den Kürzeren zog.“ (Urban 1998 : 191) Wałęsas Fernseh-Erfolg, von der polnischen Bevölkerung mit Enthusiasmus aufgenommen, stellte den Einstieg in die Beratungen am Runden Tisch dar. „Nach dem für sie fatal ausgegangenen Fernsehduell sah die Führung der Arbeiterpartei keinen anderen Ausweg, als der ‚Solidarität‘ Verhandlungen am ‚Runden Tisch‘ anzubieten – um einen Ausweg aus der wirtschaftlichen und politischen Krise zu finden.“ (Urban 1998 : 101) Polen wurde zum Pionier politischer Reformen in Ost- und Mitteleuropa und zum Vorreiter der Besiegelung der Ära des Kommunismus.

Am 6. Februar 1989 begannen in Warschau die schon seit September 1988 vorbereiteten Gespräche zwischen den Vertretern der Regierungs-Koalition¹⁰² und den von Wałęsa angeführten Repräsentanten des oppositionellen Bürgerkomitees. Es handelte sich um die berühmt gewordenen *Beratungen am Roten Tisch*¹⁰³, die den Auftakt des allgemeinen, aber auch des medienbezogenen Systemswechsels darstellten. Ziel des zwischen der kommunistischen Regierung und der Opposition aufgenommenen Dialogs war eine Einigung über grundlegende Reformen des politischen und wirtschaftlichen Ordnungssystems. Dieser „ausgehandelte Systemwechsel“ (Merkel 1999 : 410), das polnische Modell der politischen Transformation, prägte den späteren Reform- und Demokratisierungsprozess maßgeblich (vgl. Hoensch 1990 : 348 f.). Die Regierungs- und Oppositionsvertreter verhandelten unter anderem über politische Reformen, Gesellschafts- und Wirtschaftspolitik, Gewerkschaftspluralismus, Reformen im Justizwesen, in den Massenmedien, bei der Bildungs-, Jugend- und Wohnungspolitik sowie im sozialen Bereich (Salmonowicz 1989 : 13 ff.). Es „begleiteten zahlreiche Streiks um Lohnerhöhungen die Gespräche am Runden Tisch, aber Regierung und Bürgerkomitee unternahmen in zähen, mehrfach vom Scheitern bedrohten Verhandlungen alle Anstrengungen, um einen Erfolg zu sichern.“ (Hoensch 1990 : 349) Die Ergebnisse der wochenlangen Beratungen wurden schließlich am 5. April 1989 vorgestellt, der Abschlussbericht der Beratungen umfasste

¹⁰² Dazu gehörten die Polnische Vereinigte Arbeiter-Partei/*PZPR*, die Bauernpartei/*ZSL*, die Demokratische Partei/*SD*, drei christliche Gruppierungen sowie die regimetreue Gewerkschaft *OPZZ* (vgl. Bingen 2001 : 13)

¹⁰³ Der Runde Tisch war nur das Forum der feierlichen Eröffnungs- und Schlussitzung. Die eigentlichen Verhandlungen fanden in drei Hauptausschüssen, zehn Untergruppen und sechs Arbeitsgruppen statt. Mehr als 300 Personen waren an den Verhandlungen beteiligt (vgl. Bingen 1998 : 58).

mehr als 200 Seiten. Im politisch-verfassungsrechtlichen Bereich wurde weitestgehend Einvernehmen erzielt, wenngleich einige Detailfragen später von speziellen Kommissionen geklärt werden sollten. Das in politischer Hinsicht wichtigste Ergebnis der Beratungen war die Vereinbarung, am 4. Juni 1989 erstmals *halbfreie* Wahlen abzuhalten, bei denen die *Solidarność* für maximal 35 Prozent der Mandate im Sejm¹⁰⁴ und für bis zu 100 Prozent der Mandate im neu zu gründenden Senat¹⁰⁵ kandidieren durfte. Das neue, im Juni zu wählende Parlament sollte beauftragt werden, eine neue demokratische Verfassung und ein neues demokratisches Wahlrecht auszuarbeiten (vgl. Hoensch 1990 : 349 f.; Bingen 1998 : 60f.; Bingen 2001 : 14). „Polen befand sich nun in einer Phase permanenter Evolution oder einer Revolution Schritt für Schritt.“ (Bingen 1999 : 59)

Die Wahlen vom 4. Juni 1989 wurden zum Votum für Veränderungen und endeten für die PVAP in einem Desaster: Die *Solidarność* erhielt alle 161 erreichbaren Mandate¹⁰⁶ im Sejm und 99 von 100 Sitzen im Senat (vgl. Hoensch 1990 : 350 f.). Rund anderthalb Monate nach diesen historischen Wahlen trat PVAP-Chef Wojciech Jaruzelski aus der kommunistischen Partei aus und wurde am 19. Juli 1989 mit nur einer Stimme Mehrheit vom Sejm und Senat zum polnischen Präsidenten¹⁰⁷ gewählt. Der bisherige Premierminister Rakowski wurde neuer PVAP-Chef. Zum neuen Premierminister wurde am 2. August 1989 zunächst der bisherige Innenminister Kiszczak gewählt. Ihm gelang es jedoch nicht, eine Mehrheit der Abgeordneten hinter sich zu bringen. Nach einem entsprechenden Angebot von Lech Wałęsa hatten sich die bisherigen Bündnispartner der PVAP, die Demokratische Partei (*SD*) und die Bauernpartei (*ZSL*), bereit erklärt, mit dem *Solidarność*-Bürgerkomitee zu koalieren. Mitte August 1989 verzichtete Kiszczak schließlich auf den Posten als Regierungschef. Auf Vorschlag Lech Wałęsas nominierte Wojciech Jaruzelski schließlich den Juristen und katholischen Publizisten Tadeusz Mazowiecki zum neuen polnischen Premierminister.¹⁰⁸ 378 von 423 Abgeordneten des Sejms stimmten dieser Nominierung zu. Mit diesem Votum stand nach über vier Jahrzehnten erstmals ein nichtkommunistischer Vertreter an der Spitze der polnischen Regierung¹⁰⁹ (vgl. Ziemer 1998 : 30; Bingen 1998 : 64; Bingen 1999 : 61f.; Maćków 1992b : 72f.). Die Bildung der Regierung Mazowiecki stellte ein entscheidendes Moment des demokratischen Reformprozesses dar. Sie „löste eine Dynamik aus, die das Konzept der PZPR-Führung, das bisherige System zu ‚liberalisieren‘, endgültig scheitern ließ. Aus dem intendierten Systemwandel wurde ein Systemwechsel.“ (Ziemer 1998 : 30)

¹⁰⁴ Es ist die politisch wichtigere Untere Kammer.

¹⁰⁵ Der polnische Senat war als Obere Kammer im Jahre 1946 abgeschafft worden. Der neue Senat fungiert als eine Art Woiwodschaftskammer, die das Recht hat, Gesetze einzubringen und vom Sejm verabschiedete Gesetze anzufechten (vgl. Bingen 1991 : 176; Bingen 1999 : 59).

¹⁰⁶ Insgesamt gab es 460 Mandate. Der PVAP und ihren Bündnisparteien, der *Vereinigten Bauernpartei (Zjednoczone Stronnictwo Ludowe/ZSL)* sowie der *Demokratischen Partei (Partja Demokratyczna/PD)* waren bei den Verhandlungen am Runden Tisch 65 Prozent der Mandate zugesichert worden.

¹⁰⁷ Das Präsidentenamt wurde 1989 wieder eingerichtet. 1952 war es durch ein kollektives Staatsoberhaupt, den Staatsrat mit einem Vorsitzenden, ersetzt worden (vgl. Bingen 1991 : 176).

¹⁰⁸ Bereits am 4. Juli 1989 hatte Adam Michnik in der Zeitung *Gazeta Wyborcza* postuliert: „Euer Präsident – unser Premier“ (Wasz prezydent nasz premier) (vgl. Bajka 1999b : 58; Mielczarek 1998 : 36).

¹⁰⁹ Polen war das erste Land im ehemaligen Ostblock, das einen nichtkommunistischen Regierungschef stellte (vgl. Weidenfeld 2001 : 21).

Mazowieckis Regierung stellte einen politischen Kompromiss dar. Nach schwierigen Verhandlungen war es Mazowiecki am 13. September 1989 gelungen, ein Kabinett zu bilden, dem neben elf Ministern des Bürgerkomitees, Mitglieder der Demokratischen Partei (*SD*), der Bauernpartei (*ZSL*) und auch vier Vertreter der PVAP angehörten. Mazowiecki, der als Herausgeber der Wochenzeitung *Tygodnik Solidarność* und als einer der engsten Berater Wałęsas nach 1981 eine einjährige Gefängnisstrafe verbüßt hatte, musste in die Bedingung einwilligen, dass PVAP-Vertreter mit dem Innen- und dem Verteidigungsressort betraut und dass die Verpflichtungen Polens gegenüber dem Warschauer Pakt eingehalten werden würden¹¹⁰. In seiner ersten Regierungserklärung räumte Mazowiecki neben der Einführung von Marktwirtschaft und Wiederherstellung rechtsstaatlicher Verhältnisse auch der Aufhebung des kommunistischen Informationsmonopols Priorität ein (vgl. Hoensch 1990 : 350 f.; Bingen 1999 : 61f.).

¹¹⁰ Tadeusz Mazowiecki musste den kommunistischen Innenminister General Czesław Kiszczak insgesamt ein Jahr lang dulden. Kiszczak soll in dieser Zeit nicht nur führende Köpfe der *Solidarność* weiter bespitzelt, sondern auch massenweise kompromittierende Akten vernichtet haben (vgl. Urban 1998 : 116).

3. Die politische Transformation seit 1989

Wenngleich Wojciech Jaruzelski bis Dezember 1990 als polnischer Präsident im Amt blieb und somit kommunistische Kontinuität repräsentierte, zeichneten sich ab Herbst 1989 tief greifende Veränderungen ab, die wesentlich schneller erfolgten, als es die kommunistischen Machthaber, aber auch die *Solidarność* selbst, bei den Beratungen im Frühjahr erwartet hatten. Am 29. Dezember 1989 wurde die Verfassung geändert: Die Volksrepublik Polen hörte auf zu existieren, die neue Republik Polen wurde ins Leben gerufen, wobei der polnische Wappennadler seine Krone zurück erhielt. Im Juni 1990 wurden die Schlüsselministerien Inneres und Verteidigung von nichtkommunistischen Vertretern übernommen. Im Spätherbst 1990, fünf Jahre früher als am Runden Tisch ursprünglich vereinbart, wurden die ersten demokratischen Präsidentschaftswahlen abgehalten, bei denen *Solidarność*-Führer Lech Wałęsa als Sieger hervorging. Ebenfalls früher als vereinbart fanden 1991 die ersten wirklich freien Parlamentswahlen statt, die von einer Parteien-Koalition, welche aus der *Solidarność*-Bewegung hervorgegangen war, gewonnen wurden (vgl. W. Merkel 1999 : 410 ff; Bingen 2001 : 15).

Sowohl die Präsidentschaftswahlen im Jahre 1990 als auch die Wahlen für Sejm und Senat im Jahre 1991 stellten eine Bestätigung des eingeschlagenen Weges in Richtung Demokratie dar. Der politische Alltag der neuen Republik Polen gestaltete sich in den ersten Jahren allerdings schwierig. Es mangelte an politischer Erfahrung, Stabilität und Kontinuität. Die Amtszeit der Regierung Mazowiecki erstreckte sich lediglich bis zum Januar 1991 (vgl. Urban 1998 : 102; Ziemer/Quaisser 1994 : 25).

Die einstigen Weggefährten Tadeusz Mazowiecki und Lech Wałęsa entwickelten sich bald zu politischen Gegnern und traten bei den Präsidentschaftswahlen im Spätherbst 1990 gegeneinander an. Zu einer Entfremdung zwischen dem Premierminister und Wałęsa war es bereits kurz nach der Bildung der Regierung Mazowiecki gekommen, was in der Folge ein Ende der ehemals erfolgreichen Allianz zwischen der konservativen Arbeiterschaft und der liberalen Intelligenzija bedeutete. Zu einem offenen Bruch kam es im Frühjahr 1990, als Wałęsa auf einem Kongress in Gdańsk (Danzig) den *intellektuellen Eierköpfen* in der Regierung den so genannten *Krieg von unten* erklärte (vgl. Urban 1998 : 102; Bingen 1999 : 63; Ziemer/Quaisser 1994 : 25). „Das Hauptmotiv für Wałęsas ‚Kriegserklärung‘ dürfte eine Kette von kapitalen Fehlern gewesen sein, die Mazowiecki beging. [...] Als besonders verhängnisvollen Fehler sah Wałęsa die Politik des ‚dicken Schlußstrichs‘ an, Mazowieckis Angebot an die Kommunisten, auf jede Art von Abrechnung mit der Vergangenheit zu verzichten.“ (Urban 1998 : 102)

Die breite parlamentarische Unterstützung, die Tadeusz Mazowiecki in der Anfangsphase seiner Regierung erhalten hatte, bröckelte im Laufe des Jahres 1990 ebenso wie die öffentliche Zustimmung zu der so genannten wirtschafts- und finanzpolitischen *Schocktherapie*¹¹¹. Die ersten freien Präsidentschaftswahlen im

¹¹¹ Dazu zählten zunächst die Freigabe der Lebensmittelpreise, dann eine drastische Stabilitätspolitik sowie ein konsequenter und rascher Übergang zur Marktwirtschaft.

Spätherbst 1990 verlor Tadeusz Mazowiecki¹¹² gegen den populistisch auftretenden Wałęsa. Mazowiecki zog aus seiner Niederlage Konsequenzen und trat am 26. November 1990 als Premierminister zurück. Es wurde eine neue Regierung gebildet und zum neuen Premierminister wurde Jan Krzysztof Bielecki, Vorsitzender des Liberal-Demokratischen Kongresses (*Kongres Liberalno-Demokratyczny/KLD*), gewählt. Bielecki trat im Januar 1991 sein Amt an und regierte von Anfang an ohne parlamentarische Mehrheit, da er offiziell keine Koalitionsregierung gebildet hatte (vgl. Strobel 1991 : 8; Guz 1991 : 11; Bingen 1998 : 68f.; Bingen 2001 : 15). Dieser Umstand erschwerte das Regierungsgeschäft und die politische Handlungsfähigkeit erheblich: Für jedes einzelne Gesetzesvorhaben musste Bielecki seine Mehrheit suchen. Nach einigen Erfolgen, die er zu Beginn seiner Amtszeit verzeichnen konnte, verschärfte sich die Situation nach der parlamentarischen Sommerpause 1991. Das Abstimmungsverhalten der Abgeordneten war zunehmend unberechenbarer geworden (vgl. Bingen 1998 : 69). „Mehrheiten suchte sich die Regierung ad hoc, von festgefügtten Blöcken innerhalb des Parlaments konnte keine Rede sein. Für die Bevölkerung war nicht klar, wer zur Regierung und wer zur Opposition zählte.“ (Ziemer/Quaisser 1994 : 26)

Die einst so machtvoll auftretende und geschlossen gegen das kommunistische Regime agierende *Solidarność* war spätestens seit Ende 1990 heftig zerstritten (vgl. Urban 1998 : 102). Der Parlamentarische Bürgerklub (*Obywatelski Klub Parlamentarny/OKP*), in dem sich die *Solidarność*-Abgeordneten nach den Sejm-Wahlen im Juni 1989 versammelt hatten, spaltete sich in mehrere Fraktionen auf. Zu den größten Fraktionen innerhalb der zahlreichen Splittergruppen gehörte einerseits die eher links von der Mitte stehende Demokratische Union (*Unia Demokratyczna, UD*), die Tadeusz Mazowiecki unterstützte. Lech Wałęsa stützte sich wiederum auf christlich und nationalkonservativ gesinnte Abgeordnete, die sich in der Zentrums-Allianz (*Porozumienie Centrum/PC*) versammelt hatten. Die *Solidarność* als Gewerkschaft blieb daneben bestehen. Neuer Vorsitzender und Nachfolger Wałęsas wurde Marian Krzaklewski (vgl. Strobel 1991 : 8; Guz 1991 : 11; Urban 1998 : 102). Die PVAP hatte sich bereits im Januar 1990 selbst aufgelöst. Ein großer Teil ihrer Mitglieder gründete einen Tag später die Sozialdemokratie der Republik Polen (*Socialdemokracja Rzeczpospolitej Polskiej/SdRP*) unter dem Vorsitz des Nachwuchspolitikers Aleksander Kwaśniewski (vgl. Bachmann 1991a : 5; Bingen 1998 : 65).

Der politische Alltag in Polen wurde auch nach den ersten wirklich freien Parlamentswahlen¹¹³ Ende Oktober 1991 nicht einfacher, als erstmals alle Abgeordneten des Sejms demokratisch legitimiert waren. Aufgrund des damals gültigen, recht komplizierten Wahlrechts¹¹⁴, das kleine Gruppierungen

¹¹² Diese Wahlen hat Mazowiecki nicht nur gegen Wałęsa verloren. Er musste sich bereits im ersten Wahlgang gegen den unbekanntenen kanadischen Auslandspolen Stanisław Tyimiński geschlagen geben (vgl. Bingen 2001 : 15).

¹¹³ Die Wahlbeteiligung lag bei lediglich 42 Prozent (vgl. Bingen 1998 : 72).

¹¹⁴ Das Wahlrecht wurde nach langen politischen Auseinandersetzungen verabschiedet und verband das Verhältniswahlrecht mit Merkmalen des Persönlichkeitswahlrechts. Es sollte angesichts des relativ schwach ausgebildeten Parteiensystems in Polen eine möglichst hohe Repräsentativität des neuen Parlaments garantieren (vgl. Bingen 2001 : 16).

überproportional begünstigte, konnten 1991 insgesamt 29 Parteien¹¹⁵ in den Sejm einziehen, was zu einer extremen Fragmentierung und in der Folge beinahe zur Regierungsunfähigkeit führte. Die enorme Zersplitterung wirkte sich erwartungsgemäß unmittelbar auf die parlamentarische Arbeit aus: Die politischen Lager wechselten häufig¹¹⁶ und ein klarer programmatischer Kurs konnte sich nicht abzeichnen. Die Vorstellungen, wie schnell, radikal und schmerzhaft die notwendigen Reformen durchgeführt werden sollten, klafften zu sehr auseinander (vgl. Ziemer 1998 : 30 ff.; Urban 1998 : 110). Die Jahre 1991 bis 1993 „waren von der Suche nach Mehrheiten für die Regierungspolitik geprägt. Drei Ministerpräsidenten¹¹⁷ sollten daran scheitern, zuletzt die erste Frau an der Spitze des Kabinetts in der Geschichte Polens, Hanna Suchocka.“ (Urban 1998 : 111)

Eine unrühmliche Rolle bei der ersten Besiegelung der Ära von Regierungen, die aus der früheren oppositionellen Sammelbewegung hervorgegangen waren, spielte ausgerechnet die *Solidarność* selbst. Im Mai 1993 hatten einige *Solidarność*-Abgeordnete beschlossen, die seit Juli 1992 amtierende und als entschlossene Wirtschaftsreformerin geltende Premierministerin Hanna Suchocka (*Demokratische Union*) bei einer eher nebensächlichen Streitfrage¹¹⁸ mit einer Vertrauensabstimmung unter Druck zu setzen. Obwohl diese Gruppe keineswegs die Absicht hatte, die Regierung Suchocka zu stürzen, passierte genau dies, weil sich einige Abgeordnete verspätet hatten (vgl. Urban 1998 : 103). „Hanna Suchocka, die auf dem besten Wege war, die Wirtschaft zu stabilisieren und innerhalb kurzer Zeit internationales Ansehen erlangt hatte, fehlte schließlich eine Stimme. Sie musste zurücktreten.“ (Urban 1998 : 103f.) Staatspräsident Lech Wałęsa löste das Parlament auf, da sich die Abgeordneten auf keinen Nachfolger für das Amt des Premierministers einigen konnten, und setzte Neuwahlen an. Wałęsa selbst – verärgert über das Misstrauensvotum – sagte sich von der *Solidarność* los (vgl. Boden 1995 : 77f.).

Wie die Neuwahlen zeigten schien die einst glorreiche *Solidarność* mit dem unsinnigen Misstrauensvotum politischen Selbstmord begangen zu haben. Um eine ähnlich extreme Parteienfragmentierung wie im Jahre 1991 zu vermeiden, wurde bei den Sejm-Wahlen im Jahre 1993 das Wahlgesetz geändert, wobei eine 5-Prozent-Hürde für Parteien und eine 8-Prozent-Hürde für Wahlbündnisse eingeführt wurde. Dies führte tatsächlich zu einer Reduzierung des Parteienspektrums auf insgesamt sechs Parteien sowie vier

¹¹⁵ Landesweit, regional und lokal waren 60 Parteien oder Listenverbindungen angetreten. Die meisten Stimmen – gerade 13 Prozent – gewann die aus dem liberalen Flügel der *Solidarność* hervorgegangene Demokratische Union (*Unia Demokratyczna/UD*). Die aus der PVAP hervorgegangenen Sozialdemokraten blieben weit abgeschlagen zurück. Elf Parteien zogen mit nur einem Abgeordneten in den Sejm ein (vgl. Urban 1998 : 110f.; Bingen 1998 : 70).

¹¹⁶ In der Legislaturperiode nach den ersten freien Wahlen wechselten 123 der insgesamt 460 Abgeordneten mindestens einmal ihre Fraktionszugehörigkeit (vgl. Ziemer 1998 : 33; Bingen 1998 : 100).

¹¹⁷ Dabei handelte es sich um: 1. Jan Olszewski von der Zentrumsallianz (*Porozumienie Centrum/PC*) – Dezember 1991 bis Juni 1992. Olszewski führte eine Mitte-Rechts-Regierung mit Vertretern der Zentrumsallianz, der Christlich-Nationalen Vereinigung (*ZChN*), von Bürgerkomitees, der kleinen katholischen Bauernpartei (*PL*) sowie Parteilosen an. Seine Regierung besaß keine stabile Mehrheit; 2. Waldemar Pawlak von der Polnischen Bauernpartei (*Polskie Stronnictwo Ludowe/PSL*) – Juni 1992 bis Juli 1992. Pawlak musste den Auftrag zur Regierungsbildung zurückgeben, da er keine Koalition mit *Solidarność*-Nachfolgeparteien zustande brachte; 3. Hanna Suchocka von der Demokratischen Union (*Unia Demokratyczna/UD*) – Juli 1992 bis Oktober 1993. Suchocka führte eine große Koalition mehrerer *Solidarność*-Nachfolgeparteien (von der linken Mitte bis zu gemäßigten Rechten), aber ohne Beteiligung der *Solidarność*-Gewerkschaftsfraktion an. Auch ihre Regierung hatte keine parlamentarische Mehrheit (vgl. Urban 1998 : 113; Bingen 1998 : 68ff.).

¹¹⁸ Anlass hierfür war die Weigerung der Regierung, die Gehälter der Bediensteten des öffentlichen Dienstes zu erhöhen.

Abgeordnete der deutschen Minderheit. Gewonnen wurden die Wahlen 1993 von der Demokratischen Linkenallianz (*SLD*), bestehend aus 28¹¹⁹ postkommunistischen Parteien und Organisationen, die mit der Polnischen Bauernpartei (*PSL*) eine Koalition bildeten¹²⁰ (vgl. Merkel 1999 : 450 ff.; Tycner 1997 : 101 ff.; Boden 1995 : 78; Urban 1998 : 104; Bingen 1998 : 72). Dass diese Regierungs-Koalition eine satte Mehrheit von zwei Dritteln der Mandate im Sejm verfügte, ließ Bingen (1998 : 73) von einer „Ironie der Geschichte“ sprechen¹²¹.

„Der Sieg der demokratischen Linksallianz (*SLD*), 1991 aus Nachfolgeorganisationen der ehemaligen KP entstanden, wurde als Ausdruck des Protests der Bevölkerung gegen die sozialen Härten der Reformpolitik der Demokratischen Union gewertet; es gingen allerdings nur 52% der Wahlberechtigten zur Wahl.“ (Boden 1995 : 78) Der für *Solidarność*-Anhänger desaströse Wahlausgang war eindeutig ein Ergebnis der zu großen Zersplitterung der untereinander zerstrittenen, dem Mitte-Rechts-Lager zugeordneten post-*Solidarność*-Parteien. Sie hatten es nicht geschafft, starke Wahlbündnisse zu bilden und überwandern dadurch die 5-beziehungsweise die 8-Prozent-Hürden nicht. Rund 34 Prozent der Wählerstimmen konnten damals deshalb nicht berücksichtigt werden (vgl. Merkel 1999 : 450 ff.; Tycner 1997 : 101 ff.). Eine weitere Ursache des Wahlausgangs von 1993 war „die Unfähigkeit der Reformkräfte um *Solidarność*, nach der erfolgreichen Wende den Sprung vom kompromisslosen Kampf gegen den Kommunismus zu einer zielgerichteten konstruktiven Politik mit neuen Inhalten zu finden.“ (Boden 1995 : 78)

Die Jahre der linken Regierungs-Koalition wurden teilweise als eine *samtene Restauration*¹²² bezeichnet.

„Die *SLD* verlangsamte nach 1993 das Reformtempo, weil sie merkte, daß die Menschen mehr soziale Sicherheit und Stabilität wollen.“ (Krzeminski 1997 : 13) Radikale Reformen, vor allem die vom Finanzminister Leszek Balcerowicz¹²³ ab Anfang 1990 durchgeführte *Schocktherapie* wurden abgemildert, einige auch gänzlich gestoppt. Dies bezog sich beispielsweise auf die Reform der staatlichen Verwaltung, die Regionalreform, welche die zentralistischen Strukturen Polens aufbrechen sollte, die Reform der Renten- und Sozialversicherung sowie die Privatisierung von Staatsbetrieben (vgl. Boden 1995 : 79). Die Linksallianz *SLD* und die Bauernpartei hatten in ihrem Wahlkampf mit dem Versprechen geworben, die notwendigen strukturellen Reformen sozial abzufedern. „Da sie aber an der Einbindung an den Westen und dem Ziel des EU-Beitritts festhielten, blieb ihnen wenig Spielraum für die soziale Abfederung. Bei weitgehender Fortsetzung ihrer politischen Zielrichtung kamen die Milderungen eher Gruppeninteressen als dem Gros der betroffenen Bevölkerung zugute.“ (Boden 1995 : 78)

¹¹⁹ Dieses Bündnis reichte von orthodoxen Kommunisten bis zu liberalen Sozialdemokraten. Die dominierende Kraft war die aus der *PVAP* hervorgegangene Sozialdemokratie der Republik Polen (*SdRP*) (vgl. Bingen 1998 : 72).

¹²⁰ Aufgrund des im Mai 1993 verabschiedeten neuen Wahlrechts (d'Hondt'sches Verfahren) erzielten *SLD* und *PSL* mit nur 35 Prozent der gültigen Stimmen 66 Prozent der Mandate (vgl. Ziemer 1998 : 33; Bingen 1998 : 73).

¹²¹ Genauso viele Mandate hatten sich die Kommunisten und ihre Bündnispartner bei den Verhandlungen am Runden Tisch für die halbfreien Wahlen im Jahre 1989 zugesichert.

¹²² Vgl. hierzu Michnik (1994a).

¹²³ Balcerowicz gehörte der liberal ausgerichteten Demokratischen Union (*UD*) an, die später in Freiheitsunion (*Unia Wolności/UW*) umbenannt wurde.

Ein anderer Aspekt der *Restoration* bezog sich auf die Tatsache, dass viele ehemalige Kommunisten in Machtpositionen zurückkehrten. Die Personalpolitik der Linksallianz *SLD* und der Bauernpartei wurde zum Teil mit *Säuberungen* verglichen, „da die personelle Besetzung der Ministerratsbürokratie gezielt gesteuert wurde. Reformorientierte Politiker wurden durch parteitreue ersetzt“ (Boden 1995 : 79). Auch Bingen (1998 : 77) prangerte diese Personalpolitik an: „PSL und SLD gemeinsam verhielten sich bei der Wiedereinstellung ‚erfahrener Fachleute‘ aus den Zeiten der Volksrepublik nach dem Urteil von Beobachtern teilweise so, als habe es den Systemwechsel 1989 gar nicht gegeben.“

Die von der neuen Linksregierung eingeleitete Politik bedeutete aber keineswegs eine Rückkehr zum alten System. Die Demokratisierung wurde fortgesetzt, fundamentale Reformen blieben allerdings aus. Was den politischen Alltag der Jahre 1993 bis 1997 von den Vorjahren unterschied, war der Umstand, dass die linke Koalition stabiler und daher eine größere politische Kontinuität als vorher gegeben war (vgl. Bingen 1998 : 100). Allerdings ist auch dies als relativ zu betrachten. Zwischen *SLD* und *PLS* gab es ebenfalls sehr viele Konfliktpotenziale. Bereits vor dem Abschluss der Koalitionsverhandlungen entluden sich große Konflikte aufgrund unterschiedlicher Auffassungen zu wirtschafts- und finanzpolitischen Fragen. Neben dem ständigen Streit der beiden Regierungsparteien existierte außerdem ein permanenter Machtkampf zwischen der Koalition und dem Staatspräsidenten Lech Wałęsa.¹²⁴ Anfang 1995 spitzten sich die Konflikte zwischen *PSL* und *SLD* aufgrund personalpolitischer Differenzen und des Verlustes an Reformdynamik¹²⁵ dramatisch zu, was zum Regierungswechsel führte. Mit der Drohung einer in der Verfassung gar nicht vorgesehenen Auflösung des Sejms veranlasste Lech Wałęsa die regierende Koalition, sich von Waldemar Pawlak (*PSL*) zu lösen und am 1. März 1995 den Sejmmarschall Józef Oleksy (*SLD*) zum Ministerpräsidenten zu wählen. Oleksy wiederum trat nach noch nicht einmal einem Jahr in der Regierungsverantwortung im Februar 1996 als Ministerpräsident zurück, da Vorwürfe gegen ihn vorgebracht worden waren, dass er bis 1994 für den sowjetischen/russischen Geheimdienst spioniert habe¹²⁶. Er wurde vom *SLD*-Politiker Włodzimierz Cimoszewicz abgelöst (vgl. Bingen 1998 : 75ff.).

Politisch profitiert hat die *SLD-PSL*-Koalition von der guten Wirtschaftsentwicklung¹²⁷ seit 1993. Polen entwickelte sich – insbesondere aufgrund der vom früheren Wirtschaftsminister Leszek Balcerowicz eingeleiteten radikalen Reformen – zu einem der so genannten *Tigerstaaten*¹²⁸ Mitteleuropas. „Das Wort vom ‚polnischen Wirtschaftswunder‘ machte die Runde in der internationalen Presse.“ (Urban 1998 : 135)

¹²⁴ Aufgrund der damals noch geltenden Verfassung waren drei konservative Minister im Kabinett Pawlak von Lech Wałęsa nominiert worden und gehörten der Regierungskoalition gar nicht an. Auf diese Weise wurde die polnische Außen-, Innen- und Sicherheitspolitik von Personen repräsentiert und konzipiert, die weder *SLD* noch *PSL* angehörten (vgl. Bingen 2001 : 16).

¹²⁵ Die Bauernpartei *PSL* präsentierte sich in der Regierungsverantwortung als eine wahre Reformbremse. Dies betraf in erster Linie Verzögerungen bei Privatisierungen, den massiven Staatsinterventionismus sowie den Abbruch der Verwaltungsreform (vgl. Bingen 1998 : 78).

¹²⁶ Die aufgenommenen Ermittlungen der Staatsanwaltschaft konnten diese Vorwürfe nicht belegen (vgl. Bingen 1998 : 80).

¹²⁷ Das Bruttoinlandsprodukt begann bereits im Jahre 1992 wieder zu wachsen: 1992 + 2,5 Prozent; 1993 + 3,8 Prozent; 1994 + 5,0 Prozent; 1995 + 6,0 Prozent; 1996 + 6,0 Prozent; 1997 + 4,0 Prozent. Die Inflation konnte von 37 Prozent im Jahre 1993 auf 15 Prozent im Jahre 1997 gesenkt werden (vgl. Urban 1998 : 131 u. 135).

¹²⁸ Als Tigerstaaten wurden ursprünglich die wirtschaftlich erfolgreichen Staaten Südostasiens, also Hongkong, Taiwan etc., bezeichnet.

Auch dieser Umstand mag dazu geführt haben, dass bei den Präsidentschaftswahlen im Jahre 1995 die *Solidarność*-Legende Wałęsa gegen den 41-jährigen Kandidaten des Linksbündnisses und den Fraktionschef der aus der PVAP hervorgegangenen Sozialdemokratie der Republik Polen, Aleksander Kwaśniewski, – wenngleich knapp – verlor (vgl. Tycner 1997 : 102 ff.; Urban 1998 : 107; Krzeminski 1997 : 13).

Zum politischen Machtwechsel kam es erst wieder 1997. Die post-*Solidarność*-Parteien hatten aus ihren Fehlern gelernt und begannen bereits 1996, ein starkes Wahlbündnis¹²⁹ zu bilden. Die konservative Wahlaktion *Solidarność* (*Akcja Wyborcza Solidarność/AWS*) erreichte bei den Wahlen 34 Prozent der Stimmen und konnte als stärkste Fraktion in den Sejm einziehen.¹³⁰ Gemeinsam mit der liberalen Freiheitsunion¹³¹ (*Unia Wolności/UW*) bildete *AWS* die neue Regierung. Zum Ministerpräsidenten wurde der Chemieprofessor und *AWS*-Wirtschaftsexperte Jerzy Buzek, ein *Solidarność*-Mitglied der ersten Stunde, gewählt. Die neue Regierungs-Koalition setzte sich ein hohes Reformtempo zum Ziel, wobei Ministerpräsident Buzek von einer *zweiten Etappe der Transformation* sprach (vgl. Bingen 2001 : 17). Gleich von Anfang an – um bei den nächsten Wahlen 2001 Fortschritte präsentieren zu können – wurden fundamentale Reformen in den Bereichen Verwaltung, Bildungswesen, Gesundheitswesen sowie Rentensystem angegangen, die von der linken Vorgänger-Regierung verschleppt worden waren (vgl. Tycner 1997 : 101 ff.; Bingen 1998 : 84f.). Nach 30 Monaten Zusammenarbeit endete das liberal-konservative Bündnis. Am 7. Juni 2000 erklärten die polnischen Liberalen (*UW*) die Koalition endgültig für gescheitert. Fünf ihrer im Kabinett vertretenen Minister hatten bereits zuvor ihre Rücktrittsgesuche eingereicht. Die Regierungskrise hatte mit der Forderung der Freiheitsunion nach einem Rücktritt von Premier Jerzy Buzek begonnen. Der kleinere Koalitionspartner warf dem Premierminister vor, dass er die Kontrolle über einflussreiche *AWS*-Politiker verloren habe, die sich den geplanten, von Finanzminister Leszek Balcerowicz initiierten Wirtschafts- und Steuerreformen widersetzen.¹³² Die *AWS* beschloss daraufhin, eine Minderheitsregierung zu bilden und die Verantwortung alleine zu übernehmen (vgl. *Polens* 2000 : 8). Dass die Bevölkerung mit der *AWS*-Regierung und vor allem mit den von ihr angestoßenen Reformen unzufrieden war, deutete sich bei den Präsidentschaftswahlen im Oktober 2000 an, bei denen der frühere *SLD*-Chef Aleksander Kwaśniewski bereits im ersten Wahlgang mit 53,9 Prozent der Stimmen erneut als Sieger hervorging, während der *AWS*-Kandidat Marian Krzaklewski noch nicht einmal die *AWS*-Wähler geschlossen für sich gewinnen konnte. Die interne Zerrissenheit der *AWS* sowie mehrere im Frühjahr und im Sommer 2001 aufgedeckten Skandale trugen dazu bei, dass es nach den Parlamentswahlen im September

¹²⁹ Es gelang dem *Solidarność*-Führer Marian Krzaklewski, etwa 40 als Mitte-Rechts einzuordnende Organisationen in dem Wahlbündnis zu vereinen. Den Kern bildete die *Solidarność* (vgl. Ziemer 1998 : 33).

¹³⁰ Die bislang regierende *SLD* erreichte 27,1 Prozent, die *PSL* lediglich 7,3 Prozent. Stimmenzuwachs konnte die Freiheitsunion (*UW*) mit 13,4 Prozent der Stimmen verbuchen. Die nationalistische Bewegung zum Wiederaufbau Polens (*Ruch Odbudowy Polski/ROP*) bekam 5,6 Prozent. Insgesamt erleichterte die Konzentration der Wählerstimmen auf die drei Parteien *AWS*, *UW* und *SLD* eine Stabilisierung des Parteiensystems (vgl. Bingen 1998 : 84f.).

¹³¹ Ehemals Demokratische Union (*Unia Demokratyczna/UD*).

¹³² Im Hinblick auf die Finanz-, Wirtschafts- und Sozialpolitik gab es zum Teil fundamentale Unterschiede zwischen dem Kurs Leszek Balcerowicz' und Teilen der *AWS* (vgl. Bingen 2001 : 17).

2001 erneut zu einem Regierungswechsel kam. Jerzy Buzek, der mit vier Jahren die längste Amtszeit als Premierminister der dritten Polnischen Republik hatte, musste abdanken. Im derzeitigen, vierten demokratisch gewählten Sejm sind die aus der *Solidarność* hervorgegangenen Parteien *AWS* und Freiheitsunion (*UW*) überhaupt nicht mehr vertreten – eine sehr herbe Niederlage für die *Solidarność*-Erben¹³³. Es sind gänzlich neue Parteien in den Sejm eingezogen, wobei Polen seit Oktober 2001 zunächst von einer Koalition regiert wurde, die sich aus dem Wahlbündnis Demokratische Linksallianz *SLD*-Arbeitsunion (*UP*) und der Bauernpartei (*PSL*) zusammensetzte (vgl. Bingen 2001 : 17f., Roser 2001; Urban 2001; Kość 2001; Tewes 2002 : 24).

Die Parlamentswahlen im Jahre 2001 bewirkten einen weit reichenden politischen Wandel: Erstens, verwischte die ehemals scharfe Trennlinie zwischen Antikommunisten und Postkommunisten, die in den neunziger Jahren die politischen Auseinandersetzungen geprägt hatte. Beispielsweise wird die neu entstandene Partei Bürgerplattform (*PO*), in der sich ehemalige Anhänger der Freiheitsunion (*UW*) und der Wahlaktion *Solidarność* (*AWS*) versammelt haben, von dem Politiker Andrzej Olechowski angeführt, der öffentlich zugegeben hat, in den siebziger Jahren für den kommunistischen Geheimdienst gearbeitet zu haben. „Die Tatsache, dass eine Partei, die sich zumindest zum Teil an der Tradition der *Solidarność* orientierte, von einem ehemaligen Geheimdienstmitarbeiter angeführt und mit ihm zur zweitstärksten Fraktion im Parlament werden konnte, war der endgültige Beweis dafür, dass die polnische Politik von der Gegenwart eingeholt worden ist. Nicht die Vergangenheit der politischen Akteure, sondern ihre Führungsqualitäten im Hier und Jetzt waren also zur entscheidenden Größe geworden.“ (Tewes 2002 : 24) Die zweite Konsequenz der Parlamentswahlen 2001 war, dass die Periode, in der ehemalige Kommunisten wegen ihrer Vergangenheit latent ein schlechtes Gewissen hatten, endgültig vorbei war. Das dritte Ergebnis der Wahlen war ein anhaltender Erfolg populistischer Parteien (vgl. Tewes 2002 : 24).

¹³³ „Nichts [...] schmerzt so sehr wie der Verlust der moralischen Hoheit, der mit dem Zusammenbruch der *Solidarność*-Bewegung 2000 bis 2001 eintrat. Es ist schwer, den moralischen Anspruch, mit dem eine ganze politische – und publizistische – Generation angetreten war, in kurze Worte zu fassen. [...] die übertriebenen und oft sehr unrealistischen Erwartungen an das eigene Lager – und das eigene Volk – [sind – K. H.] zumindest ein Grund für die Enttäuschung.“ (Tewes 2002 : 28)

4. Polen – zwölf Jahre nach dem Umbruch

Polen hat sich in den neunziger Jahren zu einer stabilen Demokratie mit einem Mehr-Parteien-System und freien und fairen Wahlen entwickelt. Es gelten die allgemeinen Standards der Freiheit, man kann also jeder beliebigen Organisation oder Partei beitreten und seine Meinung frei äußern, ohne befürchten zu müssen, dass Repressalien folgen werden (vgl. Spiewak 2000 : 55; Durlík 2001 : 285).

Seit 1997 hat Polen eine neue Verfassung, die ein bis dahin gültiges Verfassungsprovisorium¹³⁴ ersetzte. Im ersten Kapitel der Verfassung ist festgelegt, dass Polen ein demokratischer Rechtsstaat ist, der den Prinzipien der Gewaltenteilung, der Demokratie und der sozialen Gerechtigkeit verpflichtet ist. Die Wirtschaftsordnung beruht auf den Grundlagen der sozialen Marktwirtschaft. Höchster Vertreter Polens ist der Präsident, der in allgemeinen und gleichen Wahlen für eine fünfjährige Amtszeit direkt vom Volk gewählt wird. Sein politischer Handlungsspielraum wurde durch die neue Verfassung spürbar beschränkt¹³⁵ (vgl. Bingen 1999 : 90f. u. 100).

Das demokratische System Polens gilt als konsolidiert. Anders verhält es sich bei den Parteien. Wie die letzten polnischen Parlamentswahlen im Jahre 2001 gezeigt haben, konnte sich ein stabiles Parteiensystem nicht etablieren. Parteien und Wahlbündnisse entstehen und zerfallen in regelmäßigen Abständen, wobei das einzig stabile Element im polnischen Parteiensystem die Nachfolgeorganisationen der in der Volkrepublik Polen entstandenen Parteien, die Linksallianz (*SLD*) und die Bauernpartei (*PSL*), darstellen. Obwohl beide Parteien im Vergleich zur kommunistischen Ära einen beträchtlichen Mitgliederschwund hinnehmen mussten, verfügen beide über enorme Organisationsvorteile, in Jahrzehnten aufgebaute Kontakte und informelle Beziehungen. Vor allem die *SLD* nutzte die alten, in der Zeit des Kommunismus entstandenen Strukturen sehr geschickt und erreichte dadurch eine enorme Machtfülle.

Das ehemals starke *Solidarność*-Bündnis und die daraus hervorgegangenen Parteien und Bündnisse sind hingegen komplett zersplittert und haben fatale organisatorische Schwächen. Der regierenden Koalition aus *SLD* und *PSL* steht seit Herbst 2001 nur eine kleine und schwache konstruktive Opposition aus Bürgerplattform (*PO*) und Recht und Gerechtigkeit (*PiS*) gegenüber (vgl. Bingen 2001 : 21; Tewes 2002 : 25).

¹³⁴ Das Verfassungsprovisorium setzte sich aus drei Teilen zusammen: 1. dem Gesetz über das Verfahren zur Vorbereitung und Verabschiedung der Verfassung der Republik; 2. der so genannten *kleinen Verfassung*, dem Verfassungsgesetz vom 17. Oktober 1992 über das gegenseitige Verhältnis zwischen der Legislative und der Exekutive und über die territoriale Selbstverwaltung; 3. den nach qualitativen Verfassungsänderungen und weiteren kleineren Novellierungen fortgeltenden 61 Artikeln der sozialistischen Verfassung von 1952 in ihrer novellierten Fassung von 1976 (vgl. Bingen 1998 : 86; Czachór 1995 : 121).

¹³⁵ Beispielsweise steht die Auswahl der Minister seit 1997 allein dem Ministerpräsidenten als Repräsentanten der parlamentarischen Mehrheit zu. Auch darf der Präsident keinen Einspruch mehr gegen das Budgetgesetz erheben (vgl. Bingen 1999 : 100).

Zu Sejm-Wahlen angetretene Parteien seit 1991 und die Verteilung der Sitze

Angetretene Parteien	1991	1993	1997	2001
Demokratische Union (<i>UD</i>) – Freiheitsunion (<i>UW</i>)	62	74	60	-
Demokratische Linksallianz (<i>SLD</i>) – SLD-UP (2001)	60	171	164	216
Arbeitsunion (<i>UP</i>) – SLD-UP (2001)	4	41	-	
Katholische Wahlaktion (<i>WAK</i>) - Wahlkoalition Vaterland (<i>Ojczyzna</i>)	49	-		
Polnische Bauernpartei (<i>PSL</i>)	48	132	27	42
Konföderation Unabhängiges Polen (<i>KPN</i>)	46	22		
Zentrumsallianz (<i>PC</i>)	44	-		
Liberal-Demokratischer-Kongress (<i>KLD</i>)	37	-		
Bauernallianz (<i>PL</i>)	28	-		
Gewerkschaft <i>Solidarność</i>	27	-		
Polnische Partei der Bierfreunde (<i>PPPP</i>)	16	-		
Union für Realpolitik (<i>UPR</i>)	3	-		
Deutsche Minderheit (<i>MN</i>)	7	4	2	2
Partei X	3	-		
Parteiloser Block zur Unterstützung der Reformen (<i>BBWR</i>)		16		
Wahlaktion <i>Solidarność</i> (<i>AWS/AWSP</i>)			201	-
Bewegung für den Wiederaufbau Polens (<i>ROP</i>)			6	
Bürgerplattform (<i>PO</i>)				65
Selbstverteidigung (<i>Samoobrona</i>)				53
Recht und Gerechtigkeit (<i>PiS</i>)				44
Liga der Polnischen Familien (<i>LPR</i>)				38
Sonstige	26			

Die Parteienlandschaft Polens kann mit der in Deutschland gültigen Links-Mitte-Rechts-Zuordnung nur unzulänglich beschrieben werden, da die Konfliktlinien in der polnischen Gesellschaft anders verlaufen und weil die in Deutschland anzutreffende Kopplung bestimmter Wertorientierungen mit damit verbundenen wirtschaftspolitischen Vorstellungen in Polen nicht anzutreffen ist. Beispielsweise vertreten viele katholisch-konservative Gruppierungen typische *rechte* und patriotische Werte, gleichzeitig plädieren sie für staatlichen Interventionismus und Modelle sozialer Sicherung, die man normalerweise als *links* einstufen würde. Bei den Hauptkonfliktlinien handelt es sich um die Auseinandersetzungen in Bezug auf das ökonomische Transformationsmodell, also Marktwirtschaft versus Staatsinterventionismus, sowie das politische System, also liberale Demokratie versus autoritäre Strukturen. Neben diesen Konfliktlinien, die für viele ost- und mitteleuropäische Transformationsländer gelten, kommen Polen-spezifische hinzu: die Befürwortung oder Ablehnung der politischen Einflussnahme der katholischen Kirche sowie die Konfliktlinie im Hinblick auf eine *Öffnung nach Europa* versus *Wahrung traditioneller Werte*.

Im Jahre 2001 existierten in Polen folgende Parteien (vgl. Urban 1998 : 112f.; Bingen 2001 : 22f.; Roser 2001):

- **Demokratische Linksallianz** (*SLD* - 41,04 Prozent/216 Sitze). Die *SLD* wurde 1999 als Partei registriert. Das 1990 geschlossene Wahlbündnis setzt sich aus der PVAP-Nachfolgepartei Sozialdemokratie der Republik Polen (*SdRP*) sowie weiteren 29 postkommunistischen Gruppierungen zusammen. Die *SLD* spricht sich zwar grundsätzlich für Marktwirtschaft aus, verfolgt aber zum Teil einen dirigistischen Kurs. Die Partei befürwortet die Mitgliedschaft Polens in der NATO sowie der EU. Die *SLD* hat ein distanzierendes Verhältnis zur katholischen Kirche und befürwortet eine Stärkung der lokalen Selbstverwaltung und des Mittelstandes sowie die Modernisierung der Landwirtschaft.
- **Polnische Bauernpartei** (*PSL* – 8,98 Prozent/42 Sitze). *PSL* sieht sich als Interessenvertreterin der Landbevölkerung. *PSL* fordert eine massive Subventionierung der bäuerlichen Betriebe und eine Beibehaltung der traditionellen agrarischen Strukturen. *PSL* betont nationale und katholische Werte und befürwortet nach einer langen Phase der Ablehnung mittlerweile die Mitgliedschaft Polens in der EU – allerdings nur unter partnerschaftlichen Bedingungen mit gegenseitigem Nutzen. Das bezieht sich vor allem auf die Einbeziehung der polnischen Landwirte in die gemeinsame EU-Agrarpolitik und die gleichberechtigte Einbeziehung in das System direkter Einkommensbeihilfen und Strukturfonds.
- **Wahlbündnis Solidarność** (*AWS* – nicht mehr im Sejm vertreten). Die *AWS* setzte sich 1997 aus rund 40 programmatisch heterogenen Parteien, Vereinigungen und Gewerkschaften von gemäßigt Konservativen bis Nationalisten zusammen und spaltete sich bis 2001 zunehmend auf. Die *AWS* trat bei den letzten Wahlen in zwei konkurrierenden Gruppierungen an: Der Wahlaktion Solidarność der Rechten (*AWSP*) sowie Recht und Gerechtigkeit (*PiS*).
- **Wahlaktion Solidarność der Rechten** (*AWSP* – nicht im Sejm vertreten). Das vom ehemaligen Premierminister Buzek gegründete Bündnis *AWSP* scheiterte an der 8-Prozent-Klausel für Wahlbündnisse.
- **Recht und Gerechtigkeit** (*PiS* – 9,5 Prozent/44 Mandate). *PiS* gilt als eine Law-and-Order-Partei, die zum Teil mit der Hamburger Schill-Partei verglichen wird. *PiS* setzt sich aus dem rechten Flügel der *AWS* zusammen und befürwortet eine interventionistisch-protektionistische Wirtschaftspolitik.
- **Freiheitsunion** (*UW* – nicht mehr im Sejm vertreten). Die Freiheitsunion ist 1994 aus dem Zusammenschluss mehrerer Gruppierungen des liberalen Flügels der *Solidarność* entstanden und gilt als liberal, weltoffen und als die pro-westlichste/europäischste aller polnischen Parteien. Die *UW* tritt entschieden für Marktwirtschaft und eine Trennung zwischen Kirche und Staat ein. Aus dem liberalen Flügel der Freiheitsunion ist Anfang 2001 die neue Partei Bürgerplattform hervorgegangen.
- **Bürgerplattform** (*PO* – 12,68 Prozent/65 Sitze). *PO* entwickelte sich zu einem Sammelbecken unzufriedener Anhänger von *UW* und *AWS*. Die Bürgerplattform ist die einzige proeuropäisch-reformorientierte Oppositionspartei im Sejm. *PO* gibt sich wirtschaftsliberal, laizistisch und befürwortet die Abschaffung der Parteienfinanzierung, die Sanierung der öffentlichen Finanzen, die Förderung des Mittelstandes, die Zurückdrängung gewerkschaftlicher Einflüsse und den EU-Beitritt Polens.

- **Selbstverteidigung** (*Samoobrona* – 10,2 Prozent/53 Mandate) *Samoobrona* wird autoritär von dem radikalen Bauernführer Andrzej Lepper geleitet, der in der vorangegangenen Legislaturperiode mit aufgebracht Bauern das Landwirtschaftsministerium besetzte und Straßenblockaden im ganzen Land organisierte. Die Partei fordert Bestandsgarantien für die polnische Landwirtschaft, Vorgaben für die Produktion und staatliche Abnahmegarantien, Renten für arbeitslos gewordene Landwirte sowie die Auszahlung von Devisenreserven an die Bevölkerung.
- **Liga der polnischen Familien** (*LPR* – 7,87 Prozent/38 Mandate). Die im Juni 2001 gegründete Liga der polnischen Familien setzt sich aus katholisch-nationalistischen Parteien, Gruppierungen und Einzelpersonen zusammen. Unterstützt wird sie von der so genannten *Familie* des erzkonservativen und teilweise fremdenfeindlichen Radiosenders *Radio Maryja*. Die Liga warnt vor jüdischen und freimaurerischen Verschwörungen und lehnt die Mitgliedschaft in der EU ab, weil sie durch einen Beitritt zu der europäischen Staatengemeinschaft den Verlust der nationalen Identität und die Untergrabung der christlichen Werte fürchtet. Die *LPR* fordert die rechtliche Durchsetzung katholisch-fundamentalistischer Werte und wehrt sich gegen den Verkauf von Grund und Boden an Ausländer.

Die politische Kultur, die sich in den neunziger Jahren in Polen entwickelt hat, wird zuweilen kritisch eingeschätzt. „Das wichtigste Phänomen der polnischen Demokratie ist [...] die Oligarchisierung der Politik. Soziologen, Publizisten und auch die Politiker selbst sprechen von einer politischen Klasse, einer verhältnismäßig geschlossenen Gruppe, die über alle Merkmale der früheren sozialistischen Nomenklatura verfügt. Die Parteien besetzen fast alle staatlichen Stellen mit ihren Leuten, geben für Wahlen auf allen Ebenen Kandidaten vor und versuchen, Einfluss auf die Massenmedien zu nehmen.“ (Spiewak 2000 : 56) Auch Bingen (2001 : 21) bestätigte, dass den politischen Eliten in Polen oftmals der Vorwurf gemacht wird, dass sie weniger am Gemeinwohl als an der Befriedigung eigener Interessen interessiert seien.

In ökonomischer Hinsicht gilt Polen als eines der erfolgreichsten postkommunistischen Länder, die den Übergang zur freien Marktwirtschaft geschafft haben. Nach der schweren Wirtschaftskrise¹³⁶ der Anfangsjahre verzeichnete Polen ab 1992 ein stetiges Wirtschaftswachstum von bis zu sieben Prozent. Das Bruttoinlandsprodukt ist von 2,399 US \$ pro Einwohner im Jahre 1994 auf 4,108 US \$ pro Einwohner im Jahre 2000 angestiegen. Diese gute Wirtschaftsentwicklung lockte ausländische Investoren ins Land. Das Gesamtvolumen ausländischer Investitionen erhöhte sich von 542 Millionen US \$ im Jahre 1994 auf 9.299 Millionen US \$ im Jahre 2000. Die Anfang der neunziger Jahre anzutreffende horrenden Inflation (249 Prozent) konnte schrittweise auf 8,5 Prozent im Jahre 2000 reduziert werden. Rund 70 Prozent der ehemals staatlichen Betriebe wurden in den neunziger Jahren privatisiert, gleichzeitig entstanden zahlreiche neue

¹³⁶ In der Anfangsphase der Transformation gab es extreme Preissteigerungen und zunächst auch Versorgungsengpässe, die nach der Freigabe der Preise bald verschwanden. Hinzu kam eine extrem hohe Auslandsverschuldung. Das Ausmaß der Übergangszession bis zum Jahre 1991 war enorm: das Bruttoinlandsprodukt sank um 12 Prozent, die Industrieproduktion um 27 Prozent und die Reallöhne um rund ein Drittel (vgl. Quaisser 2001 : 25).

Unternehmen. Während im Jahre 1990 49 Prozent aller Beschäftigten im Privatsektor¹³⁷ arbeiteten und der Anteil des Privatsektors am Bruttoinlandsprodukt 40 Prozent ausmachte, waren im Jahre 2001 rund 70 Prozent der arbeitenden Bevölkerung im Privatsektor beschäftigt, der ebenfalls rund 70 Prozent des Bruttoinlandsprodukts erwirtschaftete. Trotz dieser Transformationserfolge existieren nach wie vor problematische Sektoren. Noch immer unzureichend restrukturiert und saniert sind beispielsweise die Landwirtschaft, der Bergbau, die Stahlindustrie, der Energiesektor sowie die Eisenbahn (vgl. Durik 2001 : 284 u. 292ff.; Quaisser 2001 : 24 u. 29). Ab 2001 zeichnete sich in der Wirtschaftsentwicklung ein anderer Trend ab: Auch Polen begann unter der global schwachen Konjunktur zu leiden. Die polnische Regierung musste ihre ursprünglichen Erwartungen beim realen Wachstum für das Jahr 2001 auf 1,5 Prozent nach unten korrigieren, während das Haushaltsdefizit auf 5 Prozent des Bruttoinlandsprodukts anstieg (vgl. Więcek 2001b)¹³⁸.

Polens politische *Rückkehr nach Europa* ist ebenfalls erfolgreich verlaufen. Die Fundamente hierfür wurden gleich nach der politischen Wende gelegt: „The government, the president, and the opposition [...] considered EU membership the most important factor driving Polish foreign policy.“ (Durik 2001 : 285) Im Dezember 1991 hat Polen mit der Europäischen Union ein Assoziierungsabkommen unterzeichnet, dessen Ziel es war, die Rahmenbedingungen für die künftige Aufnahme von Verhandlungen über eine Mitgliedschaft Polens in der EU zu schaffen. Am 1. Februar 1994 wurde der wirtschaftliche und politische Teil des Vertrages ratifiziert, was zu weiteren Integrations-Initiativen führte: Die EU startete das so genannte PHARE¹³⁹-Finanzhilfeprogramm und Polen begann, sein nationales Recht an die Erfordernisse des EU-Rechts (*acquis communautaire*) anzupassen. Im Jahre 1998 nahm die EU mit Polen sowie fünf weiteren Ländern Beitrittsverhandlungen¹⁴⁰ auf (vgl. Byrt 2001 : 54f; Steves 2001 : 341f.). Auf dem Brüsseler EU-Gipfel Ende Oktober 2002 haben die 15 Staats- und Regierungschefs der EU den Beitritt Polens und neun weiterer Länder im Mai 2004 beschlossen. Auf dem Kopenhagener Gipfel Mitte Dezember 2002 wurden die Beitrittsverhandlungen schließlich abgeschlossen (vgl. *Schlussfolgerungen* 2002 : 2). „Prospective EU membership has been both a passively influential set of incentive structures which have shaped and conditioned the behaviour of Polish political elites, and an active agent of political reform.“ (Steves 2001 : 340)

Die Europa-Euphorie, die in der polnischen Bevölkerung in den Anfangsjahren nach dem politischen Umbruch anzutreffen war, ist im Laufe der neunziger Jahre allerdings deutlich zurückgegangen. Eine Umfrage des Warschauer Instituts für öffentliche Belange (*Instytut Spraw Publicznych*) ergab beispielsweise,

¹³⁷ Das Volumen des privaten Sektors in Polen im Jahre 1990 erscheint angesichts der kommunistischen Vorzeichen relativ hoch. Dies beruhte auf der Tatsache, dass insbesondere die polnische Landwirtschaft traditionell in hohem Maße (80 Prozent) privatwirtschaftlich organisiert war (vgl. Durik 2001 : 293). Auch waren privatwirtschaftliche Initiativen in Kleinproduktion und Handel (Bäckereien, Metzgereien) vor 1989 erlaubt und üblich.

¹³⁸ Vgl. hierzu URL: www.state.gov/r/pa/ei/bgn/2875.htm, Stand: 27. August 2002.

¹³⁹ Poland and Hungary: Action for the Restructuring of the Economy.

¹⁴⁰ Die Verhandlungen betreffen insgesamt 29 Kapitel, die sich in drei Bereiche einteilen lassen: 1. Wirtschaftsfragen, 2. Außen- und Sicherheitspolitik sowie 3. Innen- und Justizpolitik (vgl. Byrt 2001 : 55).

dass die Mehrheit der Polen in der EU zwar ihren wichtigsten Partner sieht, gleichzeitig bezeichneten sich lediglich 43 Prozent der Befragten als überzeugte Europäer, 21 Prozent zogen eine Neutralität Polens vor (vgl. Krzemiński 2001 : 51). Untersuchungen des Eurobarometers der Europäischen Union ergaben, dass im Jahre 2001 insgesamt 51 Prozent der Polen den Beitritt in die EU unterstützten und lediglich 11 Prozent ausdrücklich dagegen waren (*Candidate 2002* : 56).

Neben der EU konzentrierten sich Polens außenpolitische Integrationsbemühungen vor allem auf die NATO und andere pan-europäische Organisationen. 1991 wurde Polen in den Europarat aufgenommen. 1994 wurde es Mitglied der Welthandelsorganisation WTO und wiederum zwei Jahre später Mitglied der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD). 1997 wurde Polen formal eingeladen, der NATO beizutreten. Im März 1999 trat Polen dem transatlantischen Bündnis schließlich bei (vgl. Byrt 2001 : 55; Steves 2001 : 346f.).

Kapitel III: Die Medien in der Volksrepublik Polen (1944 bis 1989) – Zwischen Propaganda und einer Stimme der Bevölkerung

Um zu verstehen, was Transformation in den polnischen Medien bedeutet, ist es notwendig, sich vorab zu vergegenwärtigen, wie sich das Mediensystem der Volksrepublik Polen entwickelt hat und welche strukturellen Charakteristika anzutreffen waren, als die Transformation einsetzte. Aus diesem Grunde dokumentiert dieses Kapitel den Ausgangszustand vor dem im Jahre 1989 einsetzenden Medienwandel. Das polnische Mediensystem ähnelte in vielerlei Hinsicht den Mediensystemen anderer kommunistischer Länder Ost- und Mitteleuropas, die sich nach dem Zweiten Weltkrieg – freiwillig oder gezwungenermaßen – an dem *sowjetischen Modell* orientiert hatten. In allen ost- und mitteleuropäischen Volksrepubliken waren die Medien dem partei-staatlichen Lenkungs- und Kontrollapparat direkt oder indirekt unterstellt und sie halfen dabei, die Gesellschaft zu beeinflussen und zu lenken. Die publizistische Freiheit war beschränkt und die Medieninhalte wurden zensiert. „Die Kontrolle der Massenmedien über die Print-Medien wie insbesondere über die elektronischen zählte [...] zum unverzichtbaren Kern der Herrschaftsmechanismen einer regierenden Kommunistischen Partei.“ (Zierner 1997 : 137)

Auch Polen hatte eine Reihe charakteristischer Elemente des sowjetischen Presse- und Medien-Modells übernommen, gleichzeitig wies das polnische Mediensystem einige originäre Elemente auf. Es ist wichtig hervorzuheben, dass sich die polnischen Medien nach dem Zweiten Weltkrieg keineswegs linear entwickelt haben. Es gab Phasen größerer Freiheiten und Phasen zunehmender Repressionen. Konstant war lediglich, dass die Medien und die Arbeitsbedingungen von Journalisten fortwährend durch die *politische Wetterlage* geprägt waren. Der Krakauer Medienexperte Goban-Klas (1994 : 250) teilte die Entwicklung der Medien in der Volksrepublik Polen in vier charakteristische Phasen ein:

1. die Phase der semi-pluralistischen Medien (1944-1948)
2. die Phase der monolithischen Medien (1949-1954)
3. die Phase der instrumentalisierten Medien (1955-1976)
4. die Phase der dualistischen Medien (1977-1989).

1. Die Phase der semi-pluralistischen Medien (1944-1948)

Für die ersten vier Jahre der polnischen Presse nach dem Zweiten Weltkrieg waren vor allem zwei Dinge charakteristisch: Der rasche Wiederaufbau des völlig zerstörten Pressewesens und eine relativ große qualitative und quantitative Vielfalt von Zeitungen und Zeitschriften. Bereits 1948 erschienen rund 800 Titel, die immer häufiger in der Hauptstadt Warschau publiziert wurden. Als Geburtsstunde der Nachkriegspresse wird im Allgemeinen die erste Ausgabe der Zeitung *Rzeczpospolita* (Die Republik) angegeben. Sie erschien am 23. Juli 1944 in Chołm bei Lublin und enthielt das Manifest des Polnischen Komitees der Nationalen Befreiung (*Polski Komitet Wolności Narodowej/PKWN*) (vgl. Révész 1977 : 19).

Als Geburtsstunde des polnischen Nachkriegsradios gilt die erste Ausstrahlung des Lubliner Senders *Pszczółka* (Kleine Biene) am 11. September 1944. „Hier ist das Polnische Radio Lublin auf Welle 224 m¹⁴¹“, verkündete damals der erste polnische Nachkriegs-Radiosprecher, Tadeusz Chabros, bevor er das Manifest des Polnischen Komitees der Nationalen Befreiung verlas. Das provisorische Studio und der Sender befanden sich in zwei Eisenbahnwaggons auf Nebengleisen des Lubliner Bahnhofs, die Ausstattung hatten die Sowjets zur Verfügung gestellt. Am 22. November 1944 wurde das Polnische Radio (*Polskie Radio*) kraft eines Dekrets des Polnischen Komitees der Nationalen Befreiung offiziell als staatliches Unternehmen ins Leben gerufen. Es unterstand dem Ministerium für Information und Propaganda sowie dem Ministerium für Kommunikation, Post und Telegraphie (vgl. Kwiatkowski 1986 : 40f.; Grzelewska 2001 : 237). In den ersten Nachkriegsjahren wurden große Anstrengungen unternommen, das zerstörte Rundfunkwesen wieder aufzubauen. Ab Ende 1945 entstanden nach und nach neue Regionalsender im ganzen Land. Das erste landesweite Radioprogramm wurde ab August 1945 von Warschau aus gesendet. Die Mitarbeiter des neu entstehenden staatlichen Polnischen Radios wurden rekrutiert aus ehemaligen Mitarbeitern des Senders, jungen Leuten, die mit verschiedenen gesellschaftlichen Organisationen¹⁴² verbunden waren, sowie polnischen Kommunisten, die aus der Sowjetunion zurückkehrten. Die Programme des Polnischen Radios sendeten in den ersten Nachkriegsjahren eine Mischung aus Informationsprogrammen, Kultursendungen, Musik, publizistischen Programmen und Bildungsprogrammen. Bis Ende 1948 hatte das Radioprogramm ein vergleichsweise offenes Profil. Es wurden religiöse Sendungen ausgestrahlt und auch unterschiedliche Positionen dargestellt (vgl. Grzelewska 2001 : 241).

Die kommunistische Partei nahm in den ersten Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg zu Medien eine zwiespältige Haltung ein. Sie war einerseits durchaus bemüht, sich die Kontrolle über die Kommunikationsmittel zu sichern und einen Apparat für Propaganda und ideologische Erziehung aufzubauen, zeigte andererseits jedoch große Zurückhaltung bei der Proklamation ihres ideologischen Programms und ihrer politischen Ziele. Statt Marxismus verkündete sie eher national-patriotische Parolen und zeigte sich verhältnismäßig demokratisch und liberal. „Diese Haltung entsprang der Erkenntnis von der Notwendigkeit, Rücksicht auf die traditionell antikommunistischen, antirussischen und antisowjetischen Einstellungen und Haltungen in der polnischen Bevölkerung zu nehmen.“ (Dlugosch 1975 : 53)

Als erster Vorstoß zur Lenkung und Kontrolle im Pressebereich wird die Gründung der Verlags- und Bildungsgenossenschaft *Czytelnik* (Der Leser) durch den Landes-National-Rat (*Krajowa Rada Narodowa/KRN*) am 15. Oktober 1945 angesehen. Die monatliche Gesamtauflage der *Czytelnik*-Zeitungen stieg von rund 12 Millionen Exemplaren im Jahre 1945 auf beachtliche 38 Millionen im Jahre 1948 an. Außerdem druckte die Genossenschaft *Czytelnik* im Jahre 1948 rund 9,8 Millionen Zeitschriften pro Monat. Der Verlag verfügte über eine eigene Pressevertriebsorganisation mit Verkaufsstellen in ganz Polen, über die

¹⁴¹ „Tu Polskie Radio Lublin na fali 224m“.

¹⁴² Darunter beispielsweise die Pfadfinderbewegung.

auch Presseerzeugnisse anderer Verlage vertrieben wurden (vgl. Dlugosch 1975 : 57 ff.; Knobelsdorf 1991 : 432).

Da die kommunistische Presse in den Anfangsjahren der Volksrepublik Polen einen relativ kleinen Leserkreis hatte, spielten die *Czytelnik*-Publikationen für die kommunistischen Machthaber eine wichtige Rolle: „Die ‚Czytelnik‘-Zeitungen waren getarnte Propaganda-Organ der Partei. Der ‚demokratische und unabhängige‘ Charakter der ‚Czytelnik-Presse‘ sollte außerdem die Journalisten zur Mitarbeit in der Presse bewegen, die grundsätzlich einer Reform der gesellschafts-politischen Struktur nicht ablehnend gegenüberstanden, mit den Kommunisten jedoch nicht zusammenarbeiten wollten.“ (Dlugosch 1975 : 61) Die Zusammensetzung der Redaktionsteams und die liberale Haltung vieler leitender kommunistischer Journalisten ermöglichten es, dass die Publikationen des *Czytelnik*-Verlages in den frühen Jahren ein relativ vielfältiges Bild boten. Die großen Tageszeitungen wie *Rzeczpospolita* oder *Życie Warszawy* (Warschauer Leben) berichteten ausführlich und sachlich-objektiv über Ereignisse im In- und Ausland. Die Informationen bezogen diese Zeitungen von eigenen Korrespondenten. Die soziokulturellen und literarischen Blätter informierten vielseitig über das kulturelle Leben in Westeuropa und in den Vereinigten Staaten. Sie bildeten auch ein Forum, in dem differenzierte, oft entgegengesetzte Meinungen gegenüber gestellt wurden (vgl. Dlugosch 1975 : 61 f.).

Neben dieser *getarnten* Presse des *Czytelnik*-Verlages gab die Polnische Arbeiter-Partei (*Polska Partja Robotnicza/PPR*) eigene Zeitungen und Zeitschriften heraus. Als Organ des *PPR*-Zentralkomitees erschien seit November 1944 die Tageszeitung *Głos Ludu* (Volksstimme) (vgl. Dlugosch 1975 : 63). Im Mai 1947 gründete die *PPR* einen eigenen zentralen Parteiverlag in Warschau: Er hieß *Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza Prasa* (Arbeiterverlagsgenossenschaft Presse) (vgl. Dlugosch 1975 : 65 u. 89).

Die polnische Presselandschaft der Nachkriegs-Jahre zeichnete sich also vor allem durch eine relativ große Vielfalt aus. Es erschienen zahlreiche Zeitungen und Zeitschriften anderer politischer Parteien und verschiedener Organisationen, Vereinigungen und Verbände. „Die Presse brachte differenzierte, teilweise sogar oppositionelle Meinungen zum Ausdruck, sie war zu dieser Zeit bis zu einem gewissen Grade Spiegel und Sprachrohr der Meinungen in der Gesellschaft.“ (Dlugosch 1975 : 65)

Eingeschränkt wurde dieses breite Spektrum später Schritt für Schritt durch eine neu geschaffene Zensurbehörde: das Hauptamt für die Kontrolle der Presse, der Publikationen und Veranstaltungen (*Główny Urząd Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk/GUKPPiW*). Die Zensurbehörde wurde am 5. Juli 1946 gegründet und lenkte den gesamten Medien- und Kulturbereich über vier Jahrzehnte (vgl. Mrowka 1984 : 1; Knobelsdorf 1991 : 432).

2. Die Phase der monolithischen Medien (1949-1954)

Es gab zwei entscheidende Ereignisse im Jahre 1948, die das politische Klima der nachfolgenden Jahre prägten: Einerseits handelt es sich um die Ausschaltung der so genannten *Gomółka-Gruppe*¹⁴³ im Mai 1948 und andererseits um die im Dezember 1948 vollzogene Vereinigung der Polnischen Arbeiter-Partei (PPR) mit der Polnischen Sozialistischen Partei (PPS) zur Polnischen Vereinigten Arbeiter-Partei/PVAP (PZPR). Mit der Ablehnung der von Władysław Gomółka vertretenen, national und pragmatisch orientierten Auslegung der kommunistischen Lehre schlug Polen den Weg einer umfassenden Sowjetisierung des politischen Lebens ein (vgl. Bingen 1991 : 182f).

Dieser politische Kurs hatte unmittelbare Auswirkungen auf die Medien: Im Pressesektor sank einerseits die Angebotsvielfalt, andererseits nahm die Konzentration der Presse auf die Hauptstadt Warschau deutlich zu: 1951 erschienen rund 70 Prozent aller Zeitungen und Zeitschriften in der polnischen Hauptstadt (vgl. Révész 1977 : 19 f.). Die Gleichschaltung der Presse begann gleich nach Gründung der PVAP, die sich um den Ausbau eigener Parteipresse bemühte. Während in den Jahren 1948 bis 1953 viele Publikationen das Erscheinen einstellen mussten, entstanden zahlreiche neue PVAP-Blätter. Als Organ des Zentralkomitees der PVAP wurde die Tageszeitung *Trybuna Ludu* (Volkstribüne) ins Leben gerufen, deren erste Ausgabe am 16. Dezember 1948 erschien (vgl. Długosch 1975 : 84 f.).

Bereits 1950 dominierte die Parteipresse den Pressemarkt. Sogar die Bündnisparteien¹⁴⁴ der PVAP wurden in ihrer publizistischen Freiheit weitgehend eingeeengt. Die Vereinigte Bauernpartei musste sich mit der Herausgabe des Wochenblattes *Zielony Sztandar* (Grüne Fahne) begnügen. Die *Demokratische Partei* musste alle Publikationen einstellen oder dem zentralen kommunistischen Parteiverlag *Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza/RSW* übergeben. Auch die Publikationen des populären *Czytelnik*-Verlages wurden von der Arbeiterverlagsgenossenschaft *RSW* übernommen. 1950 wurde die führende Zeitung des Landes, *Rzeczpospolita*, eingestellt (vgl. Długosch 1975 : 87f).

In dieser Phase stützte sich „sowohl die Ideologie als auch die politische Praxis der PZPR [...] im Prinzip auf die totale Kontrolle der Presse und der Journalisten durch den Parteiapparat, der das editorische Profil der einzelnen Titel, oft sogar Inhalt und Form der Nachrichten und Artikel sehr genau festlegte.“ (Knobelsdorf 1991 : 434) Die monolithischen Strukturen wurden lediglich im Hörfunk durchbrochen. Das staatliche Polnische Radio hatte nämlich niemals ein echtes Radiomonopol in Polen. Seit den fünfziger Jahren bildeten ausländische Rundfunksender mit polnischsprachigen Programmen, darunter *Radio Free Europe, Voice of*

¹⁴³ Mitglieder der Polnischen Arbeiter-Partei (PPR), die mit Bolesław Bierut aus dem sowjetischen Exil nach Polen zurückgekehrt waren, setzten sich damals gegen die so genannten *Heimatkommunisten* durch, welche im Untergrund gegen die deutsche Besatzung gekämpft hatten. Gomółka wurde zunächst 1948 als PPR-Generalsekretär abgesetzt, 1949 aus dem Zentralkomitee der kommunistischen Partei ausgeschlossen und 1951 in Haft genommen (vgl. Bingen 2001 : 9)

¹⁴⁴ Laut Verfassung der Volksrepublik Polen waren neben der PVAP auch andere politischen Gruppierungen als Blockparteien zugelassen. Darunter die Vereinigte Bauernpartei (*Zjednoczone Stronnictwo Ludowe/ZSL*), die die konservative katholische Landbevölkerung ansprechen sollte, sowie die Demokratische Partei (*Stronnictwo Demokratyczne*), die die kritische Intelligenz an sich binden sollte. Daneben waren einige Abgeordnete der regimetreuen katholischen *PAX*-Bewegung im Sejm der Volksrepublik Polen vertreten. Auf die Politik des Landes hatten die Blockparteien allerdings so gut wie keinen Einfluss (vgl. Urban 1998 : 109).

America und *Deutsche Welle*, eine Alternative zum Polnischen Radio und dessen Informations- und Unterhaltungsbeiträgen. Schätzungsweise 15 bis 30 Prozent aller polnischen Hörer nutzten die Auslandsprogramme regelmäßig (vgl. Knobelsdorf 1991 : 442; Goban-Klas 1994 : 187; Mielczarek 1998 : 139). „In Zeiten politischer Spannungen [...] schalteten drei Fünftel aller Polen polnischsprachige Programme westlicher Sender ein.“ (Filas 1999a : 221)

Die Programme des Polnischen Radios wurden ab 1948 sichtbar durch Ideologie und Politik bestimmt, wobei die Vielfalt deutlich reduziert wurde. „Die informations-politischen Sendungen des Jahres 1949, die politische und wirtschaftliche Publizistik sowie ausgestrahlte Berichte von politischen Schauprozessen, kennzeichnen das Radioprogramm dieses Jahres und der folgenden Periode 1949 bis 1955.“¹⁴⁵ (Grzelewska 2001 : 243) Ab 1948 bestimmte massive Propaganda die Programme des Polnischen Radios. Sogar künstlerische, unterhaltende oder dem Sport gewidmete Beiträge hatten die vorrangige Aufgabe, den Menschen die *richtigen*, der neuen sozialistischen Ordnung entsprechenden Einstellungen und Verhaltensweisen zu vermitteln (vgl. Grzelewska 2001 : 247).

Das 1944 wieder ins Leben gerufene staatliche *Polskie Radio* wurde zunächst im Jahre 1949 einem neuen Kontrollgremium unterstellt: der Zentralbehörde für Rundfunk (*Centralny Urząd Radiofonii/CUR*). Zwei Jahre später wurde nach dem sowjetischen Muster kraft eines Dekrets ein Komitee für den Rundfunk (*Komitet do Spraw Radiofonii*) ins Leben gerufen, wobei das Staatsunternehmen *Polskie Radio* in seiner bisherigen Form aufgelöst wurde. Diese neue Behörde war ab September 1951 für alle Angelegenheiten des Hörfunks und Fernsehens zuständig (vgl. Grzelewska 2001 : 237).

Während sich das Polnische Radio in der Phase der monolithischen Medien sehr schnell entwickelte und im Jahre 1956 bereits über drei Millionen Bürger als Gebührenzahler registriert waren, spielte das neue Medium Fernsehen in den fünfziger Jahren noch eine unbedeutende Rolle. Die Geburtsstunde des Polnischen Fernsehens schlug im Dezember 1951 als in Warschau die Ausstellung *Radio w walce o pokój i postę* (Radio im Kampf um Frieden und Fortschritt) eröffnet wurde. Im einen gläsernen Labor demonstrierten Wissenschaftler des staatlichen Telekommunikationsinstituts und Mitarbeiter des staatlichen Radios die Aufzeichnung und Übertragung von Fernsehbildern zu Empfangsgeräten. Auf winzigen Bildschirmen konnten die Besucher Auftritte von Künstlern verfolgen, die in einem Studio nebenan aufgezeichnet wurden (vgl. Maziarski 1999 : 167; Grzelewska 2001 : 246f.).

Mit diesem Beweis der technischen Machbarkeit stellte sich bald die Frage nach der inhaltlichen Gestaltung dieses neuen Mediums. Im Juni 1952 wurde eine dreiköpfige Arbeitsgemeinschaft des staatlichen Polnischen Radios (*Polskie Radio*) einberufen. Sie wurde beauftragt, Forschungsarbeiten zum Stand der gegenwärtigen Fernsehprogramme und zur Vorbereitung von neuen Fernsehprogrammen durchzuführen. Die erste terrestrische Ausstrahlung am 25. Oktober 1952 war der Politik gewidmet, es handelte sich um einen halbstündigen Bericht über die Wahlen zum Sejm. Diese Sendung konnte von lediglich 24 Geräten der Marke Leningrad – die Bildschirme waren nur 12 x 18 cm groß – empfangen werden, die in Warschauer

¹⁴⁵ „Audycje informacyjno-polityczne 1949 roku, publicystyka polityczna i ekonomiczna oraz wprowadzone na antene relacje z procesów politycznych, sytuują program radiowy tego roku w kolejnym okresie 1949-1955.“

Kulturhäusern, Gemeinschaftsräumen verschiedener Einrichtungen und Fabriken aufgestellt worden waren (vgl. Kurek 1986 : 66; Maziarski 1999 : 167).

Das erste Produkt der kurze Zeit später gebildeten TV-Redaktion von *Polskie Radio* war ein halbstündiges Experimentalprogramm, das ab dem 23. Januar 1953 jeden Freitag um 17 Uhr ausgestrahlt wurde. Zu den Beiträgen des Programms zählten Theaterstücke, erzählte Märchen, Sport und politische Satiren. Der Übergang vom experimentellen zum staatlich organisierten Fernsehen wurde von der kommunistischen Regierung eingeleitet. Sie richtete am 25. Juni 1954 ein Aufbaubüro Fernsehen (*Biuro Rozbudowy Telewizji*) und eine Fernseh-Versuchs-Gruppe (*Doświadczalny Ośrodek Telewizyjny*) ein. Zunächst wurde nur einmal wöchentlich zwei bis drei Stunden gesendet (vgl. Kurek 1986 : 67ff.).

3. Die Phase der instrumentalisierten Medien (1955-1976)

Nach dem Tod Stalins im Jahre 1953 und insbesondere nach dem Tod des so genannten *polnischen Stalins*, Bolesław Bierut, im Jahre 1956 machte sich die *Tauwetter-Periode*¹⁴⁶, also der Beginn einer weniger repressiven Politik, in Polen bemerkbar. Das wirkte sich unmittelbar auf die Medien aus. „Die Zeitungen öffneten ihre Spalten der Kritik, das bis dahin geltende Kritikverbot an Partei, an Parteibeschlüssen und besonders an der Generallinie der Parteipolitik wurde nicht mehr beachtet.“ (Révész 1977 : 21) Seit 1955 wurden ebenfalls schrittweise mehr Zeitungen und Zeitschriften publiziert (vgl. Révész 1977 : 19 ff.). Nach nur wenigen Monaten änderte sich das politische Klima allerdings wieder. Intellektuelle und Reformbefürworter wurden als *Revisionisten* und *Rechte* diffamiert und der neue Premier Gomółka begann, ebenfalls eine zunehmend repressivere Medienpolitik zu betreiben. Beispielsweise wurde die regimekritische Jugendzeitung *Po Prostu* (Geradeheraus), die sich offen für ein Mehrparteiensystem westlicher Prägung und für die Beseitigung des Parteimonopols aussprach, 1957 eingestellt. Bis auf sechs Journalisten von *Po Prostu*, die mit einer Verwarnung davongingen, und weiteren sechs, die ihre Auffassung revidierten und daraufhin von der zentralen Parteikommission freigesprochen wurden, wurden alle anderen Redaktionsmitarbeiter von *Po Prostu* aus der kommunistischen Partei ausgeschlossen. Auch beim Polnischen Radio wurden einige Redakteure entlassen, die von der polnischen Führung als Revisionisten eingestuft worden waren (vgl. Révész 1977 : 21 f.; Goban-Klas 1994 : 115f.; Grzelewska 2001 : 258).

Trotz des schärferen Vorgehens gegenüber den Medien und ihren Vertretern waren die Repressalien nach 1957 niemals mehr so schlimm, wie in den letzten Jahren vor Stalins Tod. „A number of ‚small freedoms‘ – Western-style entertainment, cabaret satire often flavored with political accents, jazz from the West – all were tolerated and private conversations were free. Although censored and tightly controlled, the Polish Press also remained relatively freer than the press in other Soviet bloc countries.“ (Underwood 1982 : 756) Als eine Sensation im gesamten Ostblock wurde beispielsweise der Start des nicht in die Strukturen des staatlichen Polnischen Radios eingebetteten Pfadfinder-Senders *Rozgłosnia Harcerska* im Jahre 1957 angesehen. Ähnlich wie im Pressebereich, wo polnische Jugendorganisationen innerhalb des *RSW*-Konzerns eigene Publikationen herausgaben, hatte der Zentrale Pfadfinder-Verband (*ZHP*) im Klima der *Tauwetter-Periode* den Betrieb eines eigenen Senders durchgesetzt. Der Sender strahlte auf Kurzwelle aus und imitierte in seinem Programm das Format des damaligen Kult-Senders *Radio Luxemburg*. *Rozgłosnia Harcerska* bot polnischen Hörerinnen und Hörern erstmals das, was sie in den staatlichen Programmen bitter vermissten: Beat und moderne Rhythmen, polnische und westliche Hits. Eine ganze Generation polnischer Rock'n'roll-

¹⁴⁶ Nachdem der durch orthodoxe Kommunisten aus der kommunistischen Partei verstoßene Władysław Gomółka im Herbst 1956 rehabilitiert und zum neuen Parteichef gewählt worden war, wurde im Jahre 1957 eine neue liberalere Ausrichtung der kommunistischen Politik, die Wiederaufnahme des *polnischen Weges zum Sozialismus*, offiziell verkündet. Bereits in seiner Programmrede am 20. Oktober 1956 hatte Gomółka eine Abkehr von der starren Planwirtschaft und das Ende der Zwangskollektivierungen in der Landwirtschaft bekannt gegeben. Dieser politische Wechsel wurde später als der *Polnische Oktober* bezeichnet (vgl. Bingen 1991 : 185ff.; Bingen 1999 : 38).

Stars debütierte in den sechziger Jahren bei diesem Sender. 30 Jahre lang wurden die Lieblingssongs der Hörerinnen und Hörer in einer Hitliste zusammengestellt und einmal wöchentlich gesendet (vgl. Grzelewska 2001 : 257; Więcek 2001a)¹⁴⁷.

Das staatliche Polnische Radio entwickelte sich in den fünfziger Jahren dynamisch weiter. Im Jahre 1958 hatten alle polnischen Woiwodschaftsstädte ein eigenes Funkhaus, auch hatte die regionale Berichterstattung seit Beginn der *Tauwetter-Periode* deutlich zugenommen. Im Jahre 1960 verzeichnete das Polnische Radio vier Millionen registrierte Gebührendzahler (vgl. Grzelewska 2001 : 257). Änderungen in der Organisation des staatlichen Rundfunks wurden erneut im Jahre 1960 vorgenommen. Das Komitee für den Rundfunk *Polskie Radio* wurde in eine neue zentrale staatliche Verwaltungsbehörde umgewandelt: das Komitee für den Rundfunk *Polskie Radio i Telewizja*. Mit dem neuen Gesetz über das Komitee für Belange des Radios und Fernsehens¹⁴⁸ vom 2. Dezember 1960 sicherte sich die kommunistische Führung eine umfassende Kontrolle über den Hörfunk und das Fernsehen. Auf der Grundlage dieses Gesetzes vertrat das Komitee in allen Belangen den Staat, der als Eigentümer, Betreiber und Kontrolleur des Rundfunks ein juristisches, ökonomisches und informationelles Monopol hatte (vgl. Sabbat-Swidlicka 1992 : 50). Die Fusion von Hörfunk und Fernsehen führte zu einer hochgradigen Machtkonzentration bei programm betreffenden, finanziellen und personellen Entscheidungen sowie zu einer erheblichen Zunahme bürokratischer Abläufe (vgl. Grzelewska 2001 : 258).

Das Fernsehen entwickelte sich schrittweise von einem experimentellen Medium zu einer staatlich organisierten und kontrollierten Rundfunkinstitution. Im Jahre 1956 wurde das erste Regionalstudio des staatlichen Fernsehens eingerichtet: das Warschauer Fernsehstudio (*Warszawski Ośrodek Telewizyjny*). Bis Ende der fünfziger Jahre wurden fünf weitere Regionalstudios errichtet – in Łódź (Lodz), Poznań (Posen), Katowice (Kattowitz), Gdańsk (Danzig) und Kraków (Krakau) (vgl. Kurek 1986 : 74ff.; Maziarski 1999 : 170f.). Die Anzahl der Fernsehzuschauer war in den Anfangsjahren sehr gering, wuchs aber kontinuierlich.¹⁴⁹ Abgesehen von der Integration des Fernsehens in die administrativen Strukturen des Polnischen Radios verzichtete die kommunistische Partei bis Ende der fünfziger Jahre weitgehend darauf, auf das Fernsehen im Allgemeinen, aber auch auf das laufende Programm besonderen Einfluss zu nehmen. Dies beruhte einerseits darauf, dass die Programmverantwortlichen lange Zeit der Ansicht waren, dass Nachrichten im Vergleich zu Theateraufführungen oder Sportveranstaltungen weniger telegen und daher auf ein Minimum zu beschränken waren. „Alles scheint darauf hinzuweisen, dass die Machthaber des Volkes das

¹⁴⁷ Vgl. hierzu auch URL: www.radiostacja.pl/main.html?s=historia, Stand: 6. Mai 2002.

¹⁴⁸ Ustawa o Komitecie do Spraw Radia i Telewizji Polskie Radio i Telewizja.

¹⁴⁹ Das erste Fernsehgerät polnischer Produktion kam 1956 auf den Markt. Es kostete 7.500 Złoty, was einem durchschnittlichen Halbjahreseinkommen entsprach. Im Jahre 1957 gab es bereits 5.000 registrierte TV-Geräte in Polen, für die eine monatliche Gebühr in Höhe von 40 Złoty zu entrichten war. 1958 waren es schon 85.000 und 1960 426.000 Fernsehgeräte. Im Februar 1963 wurde der einmillionste Gebührendzahler erfasst, im Dezember 1965 der zweitemillionste, 1967 wurde eine technische Reichweite von 67 Prozent des polnischen Territoriums beziehungsweise 78 Prozent der gesamten Bevölkerung erreicht (vgl. Maziarski 1999 : 171ff.).

Fernsehen anfangs eher als ein Instrument der Unterhaltung und nicht als ein Werkzeug der Politik angesehen haben.¹⁵⁰ (Maziarski 1999 : 169)

Die Zurückhaltung der ersten Jahre war allerdings auch darauf zurückzuführen, dass ein so exklusives Konsumgut wie der Fernseher in den Anfangsjahren praktisch nur an die politische Nomenklatura ausgeliefert wurde und sich der Einsatz dieses Mediums als Propagandawerkzeug schlicht erübrigte. Zu den großen Errungenschaften der fünfziger Jahre zählt die Entfaltung des so genannten *Fernseh-Theaters*. Bereits im Jahre 1958 hatte das *Polnische Fernsehen* 33 Aufführungen verschiedener polnischer Theater sowie 80 eigenproduzierte Inszenierungen übertragen (vgl. Maziarski 1999 : 171).

Erst Anfang der sechziger Jahre entwickelte sich das Fernsehen zu einem populären Medium in Polen. Aus Sicht der politischen Elite war es daher erforderlich, die Rolle des Fernsehens als systemförderndes Kommunikationsmittel schrittweise neu zu definieren und das Medium entsprechend einzusetzen (vgl. Kurek 1986 : 69). Im April 1960 definierte die Polnische Vereinigte Arbeiter-Partei (PZPR) den Rundfunk zunächst als Hüter nationaler Kultur und als ein Bildungsmedium. „The broadcast media ought to develop solely as a serious, culture-filled, educational institution.“ (Goban-Klas 1994 : 120) Als im Jahre 1963 die Zahl der Gebührenzahler auf eine Million gestiegen war, wurde die Rolle des Polnischen Fernsehens abermals neu definiert. Der Vorsitzende des Rundfunkkomitees, Włodzimierz Sokorski, verkündete damals: „Wir haben eine gefährliche und mächtige Waffe erhalten. Wir sind dem Zuschauer auf eine Entfernung von Angesicht zu Angesicht nahe gekommen und reden mit ihm nicht nur unter vier Augen, sondern unter einer Millionen Augen gleichzeitig.“¹⁵¹ (Maziarski 1999 : 173) Die neue Rolle des Fernsehens als Propagandawerkzeug wurde besonders im Jahre 1966 während der Auseinandersetzungen zwischen der Katholischen Kirche und der kirchenfeindlichen Staatsführung sichtbar. Um die Bevölkerung von den Feierlichkeiten zum 1000. Jubiläum der Christianisierung Polens fernzuhalten, boten das Polnische Fernsehen und das Polnische Radio an allen kirchlichen Feiertagen ein ausgesprochen attraktives Programm an. Außerdem war die Berichterstattung beider Medien sehr kirchenfeindlich (vgl. Goban-Klas 1994 : 124).

Als Anfang der siebziger Jahre der bisherige Parteichef Władysław Gomułka durch Edward Gierek abgelöst wurde, gab es zunächst Hoffungen, dass sich der Wechsel auf die Medien positiv auswirken würde. Zu wesentlichen Veränderungen des Pressesystems führte dieser Wechsel allerdings nicht: „Again hopes were raised that controls in the press might be eased. But despite a few largely meaningless gestures in that direction, nothing really happened.“ (Underwood 1982 : 756) Die Jahre der Regierung Gierek werden stattdessen als ein Höhepunkt der Instrumentalisierung der polnischen Medien durch die kommunistische Partei angesehen.

¹⁵⁰ „Wszystko wskazuje na to, że władza ludowa początkowo traktowała telewizję raczej jako instrument rozrywki niż narzędzie polityki.“

¹⁵¹ „Otrzymaliśmy do ręki broń groźną i potężną. Zbliżyliśmy się do widza na odległość ludzkiej twarzy i rozmawiamy z nim nie tylko w cztery oczy, lecz w milion oczu jednocześnie.“

Eine bedeutende Entwicklung im Pressebereich stellte in den siebziger Jahren die deutliche Konzentration und Zentralisierung dar. Im Jahre 1973 wurde das Vertriebsunternehmen *Ruch* in die Arbeiterverlagsgenossenschaft/*RSW* eingegliedert, welche dadurch in den Medienkonzern *Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza/RSW – Prasa-Książka-Ruch* (Arbeiterverlagsgenossenschaft – Presse-Buch-Bewegung) umgewandelt wurde (vgl. Visitenkarte o. J. : 6). Der Konzentrations- und Zentralisierungsprozess betraf sowohl die Eigentumsverhältnisse als auch die Presseproduktion. „On the one hand there was an organizational concentration which restricted local publication initiatives, and on the other hand a centralization of decision making which concentrated control of the key policies on publication and propaganda in the hands of unsupervised centres of political power.“ (Kowalski 1988 : 183) Insbesondere ab Mitte der siebziger Jahre wurde die polnische Presse sichtbar uniformer. Dies war ein Ergebnis der zentralen Anweisungen für Redaktionsrichtlinien. Die Welt, wie sie in der Presse, aber auch in den übrigen polnischen Medien ab Mitte der siebziger Jahre dargestellt wurde, hatte immer weniger mit dem polnischen Alltag zu tun. Es war Erfolgspropaganda, die die Schlagzeilen bestimmte. Sowohl die Presse als auch der Rundfunk wurden zunehmend zu Werkzeugen der zentralen politischen Führung. Gleichzeitig waren immer mehr Menschen der Ansicht, dass die polnischen Medien nicht in der Lage waren, auf die realen Bedürfnisse der Bevölkerung einzugehen (vgl. Kowalski 1988 : 183).

Edward Gierek war der erste polnische Politiker, der das Potenzial des Rundfunks für die Mobilisierung und Meinungsbildung der Massen instinktiv erkannte und sich als erster Spitzenkommunist mediengerecht verhielt. Um Volk und die Medien für ein breit angelegtes politisches und wirtschaftliches Reformprogramm zu gewinnen, schuf Gierek Privilegien für Journalisten: Er verbesserte ihre Arbeitsbedingungen, erhöhte ihre Löhne, nahm sie in die politische Elite auf und belohnte sie mit Auslandsreisen (vgl. Goban-Klas 1994 : 147f.). Die Rolle des Fernsehens war auf dem VI. Parteitag der PVAP im Jahre 1971 neu definiert worden: „It was not longer regarded as an instrument of ideology but was considered to be a mouthpiece for the top leadership.“ (Goban-Klas 1994 : 149)

Unter Gierek avancierte das Fernsehen zum Lieblings-Medium¹⁵² der polnischen Regierung und Partei. Die Leitung des Fernsehens übernahm das Zentralkomitee der PVAP. „Regelrecht alles wurde kontrolliert und bestätigt – nichts wurde live gesendet.“¹⁵³ (Maziarski 1999 : 176) Der Staatsapparat fühlte sich selbst für kleinste Bereiche der Programmgestaltung zuständig und strukturierte die betriebliche Organisation nach dem Muster von Verwaltungsorganen:

- die Hegemonie der Polnischen Vereinigen Arbeiter-Partei wurde auf allen Ebenen sichergestellt
- in allen entscheidungsrelevanten Einheiten herrschte politische Homogenität

¹⁵² Mit Hilfe zentralistischer Wirtschaftslenkung wurde ein gewaltiger Anstieg der Nachfrage ausgelöst: Um die Reichweite zu steigern, wurden Fernsehgeräte subventioniert. Am 2. Oktober 1970 ging das Polnische Fernsehen erstmals mit einem zweiten Programm auf Sendung. Die Budgets für technische und programmliche Investitionen wurden ebenfalls erheblich erhöht. Die Jahresgesamtsendezeit erhöhte sich von 5.309 Stunden im Jahre 1970 auf 8.976 Stunden im Jahre 1980 (vgl. Goban-Klas 1994 : 149 f.; Maziarski 1999 : 175).

¹⁵³ „Kontrolowano i zatwierdzano dosłownie wszystko – niczego nie puszczano na żywo.“

- die Kompetenzen der Regionalstudios wurden zugunsten der Warschauer Zentrale reduziert
- der gesamte Kommunikationsprozess innerhalb des *Polnischen Fernsehen* verlief im Wege eines monolithischen Top-Down-Systems.

Die Programmgestaltung diente nicht den Interessen der Zuschauer, sondern den Anliegen der politischen Elite (vgl. Jakubowicz 1999a : 161).

In den siebziger Jahren wurden alle offiziellen polnischen Medien in die Propagandamaschinerie der kommunistischen Partei integriert. „Die geltende Strategie wurde ‚Erfolgspropaganda‘ genannt, weil Presse, Rundfunk und Fernsehen zur Unterstützung der Parteiführung und zur Dokumentation der Erfolge ihrer Politik verpflichtet waren. Negative Fakten und Mißerfolge wurden verschwiegen oder bagatellisiert, alle positiven Erscheinungen hingegen exponiert oder überbewertet.“ (Knobelsdorf 1991 : 437) Ein Beispiel dieser Propaganda-Politik und Zensur war die Berichterstattung über den ersten Besuch von Johannes Paul II. in Polen im Jahre 1979, der als ein Wendepunkt und der Beginn der offenen Opposition in Polen angesehen wird. Obwohl damals Millionen Gläubige an den Gottesdiensten teilnahmen, wurden in den Abendnachrichten vornehmlich kleinere Grüppchen älterer Nonnen am Altar gezeigt (vgl. Goban-Klas 1994 : 160 f.; Maziarski 1999 : 178).

Die polnische Medienwirklichkeit der siebziger Jahre war auch durch Paradoxien geprägt. Während sich das Fernsehprogramm auf der einen Seite durch penetrante kommunistische Propaganda auszeichnete, gehörten andererseits westliche Produktionen wie *Kojak* oder *Drei Engel für Charlie* zum regulären Unterhaltungsangebot. Dem Import westlicher Produktionen waren keinerlei politisch-ideologische, sondern ökonomische Grenzen gesetzt. Es entsprach dem pragmatischen Kalkül der kommunistischen Führung, durch Filme und Serien westlicher Machart, welche bei der polnischen Bevölkerung sehr beliebt waren, die Akzeptanz des Mediums Fernsehen zu steigern (vgl. Sparks/Reading 1994 : 250 f.; Goban-Klas 1999 : 150). Langfristig betrachtet erwies sich das derart durch den Staatsapparat gelenkte und kontrollierte Fernsehen als destabilisierend für das kommunistische System in Polen. Da das Fernsehen nur zu einem Teil Zuschauerpräferenzen berücksichtigte, um damit die Publikumsgunst für Propaganda zu erwerben, wirkte das Medium nicht glaubwürdig, sondern doppelzünftig. Das Fernsehen erwarb eine Rolle, die im krassen Gegensatz zu den anvisierten Zielen der kommunistischen Partei stand: Er wirkte als Katalysator für die sich formierenden gesellschaftlichen Fliehkräfte (vgl. Jakubowicz 1999a : 161f.).

4. Die Phase der dualistischen Medien (1976-1989)

Obwohl die Untergrundpresse in Polen eine jahrhundertlange Tradition hat, spielte sie nach dem Zweiten Weltkrieg zunächst keine bedeutende Rolle. Das änderte sich erst nach dem brutal niedergeschlagenen Arbeiteraufstand und den ihm folgenden Prozessen im Jahre 1976. Das damals entstandene Komitee zur Verteidigung der Arbeiter (*Komitet Obrony Robotników/KOR*), das sich 1977 in Komitee für gesellschaftliche Selbstverteidigung (*Komitet Samoobrony Społecznej KSS-KOR*) umbenannte, setzte es sich zum Ziel, eine demokratische Gegenöffentlichkeit aufzubauen. Dazu zählten unter anderem unzensierte und kritische Publikationen, die von einem weit verzweigten Netz neu entstehender Untergrundverlage herausgegeben wurden. Auch die katholische Kirche entwickelte sich in dieser Zeit zu einem Kristallisationspunkt alternativen Denkens (vgl. Bingen 2001 : 11; Knobelsdorf 1991 : 439). Zahlreiche kritische Journalisten, die für sich keine Möglichkeit mehr sahen, in der offiziellen staatlichen Presse zu arbeiten, begannen in der Untergrundpresse zu publizieren. Andere arbeiteten sowohl bei den offiziellen Medien als auch im Untergrund. Trotz ständiger Polizei-Razzien und Beschlagnahme-Aktionen konnte sich bis Ende der siebziger Jahre eine neue Generation der Untergrundpresse entwickeln, die zeitweise eine Auflage in Höhe von bis zu 30.000 Exemplaren erreichte (vgl. Underwood 1982 : 756).

Die größte Freiheit in den Medien brachten die Jahre 1980 bis 1981, die als die große Zeit der *Solidarność*-Bewegung gelten. Der Erfolg der ersten unabhängigen Gewerkschaft Polens¹⁵⁴ hatte große Auswirkungen auf die Medien, die einen wichtigen Aspekt der Debatten der Massengewerkschaft darstellten. Während der Verhandlungen zwischen der Regierungskommission und den streikenden Arbeitern im Herbst 1980, forderten die Streikenden nicht nur wirtschaftliche und soziale Verbesserungen, sondern auch die Beachtung der in der Verfassung der Volksrepublik Polen garantierten Meinungs- und Publikationsfreiheit, die Aufhebung der Verfolgung unabhängiger Publikationen sowie freien Zugang zu den Massenmedien für alle Vertreter von Glaubensgemeinschaften. Am 31. August 1980 unterzeichneten die Streikenden und die Regierungsvertreter das so genannte Danziger Abkommen¹⁵⁵. Im Protokoll der Vereinbarungen, das beide Seiten unterzeichneten, wurde Folgendes festgelegt (vgl. Mrowka 1984 : 20 f):

1. Die Regierung sollte dem Sejm innerhalb von drei Monaten einen Gesetzentwurf über die Kontrolle der Presse, Publikationen und Veranstaltungen vorlegen, der folgende Grundsätze beachten sollte: Die Zensur sollte lediglich Staatsinteressen, zum Beispiel Staats- und Wirtschaftsgeheimnisse, schützen. Religiöse Gefühle und die Gefühle nichtgläubiger Personen sollten geschützt und Veröffentlichungen von sittlich schädlichem Inhalt verboten werden. Der Gesetzentwurf sollte auch

¹⁵⁴ Anfang der achtziger Jahre hatte die Gewerkschaft fast 10 Millionen Mitglieder. Sie wurde zu einer gesellschaftlichen Bewegung, in der sich fast alle oppositionellen Kräfte versammelten (vgl. Ziemer u. Quaisser 1994 : 17).

¹⁵⁵ In dem Danziger Abkommen, das die flächendeckende Streikwelle in Polen beendete, erkannten die kommunistischen Machthaber die *Solidarność* als eine unabhängige und selbstverwaltete Gewerkschaft an.

die Möglichkeit berücksichtigen, gegen Entscheidungen der Zensurbehörden Klage beim Obersten Verwaltungsgericht einzureichen.

2. Bekenntnisgemeinschaften sollten im Bereich ihrer religiösen Tätigkeit Zugang zu Massenmedien erhalten. Im Rahmen einer detaillierten Vereinbarung zwischen Kirche und Regierung sollte die Rundfunk-Übertragung der Sonntagsmesse zugesichert werden.
3. Die Tätigkeit von Presse, Rundfunk und Verlagen sollte dazu dienen, verschiedene Meinungen auszudrücken. Dies sollte der gesellschaftlichen Kontrolle unterliegen.
4. Presse, Bürger und Staatsorganisationen sollten Zugang zu öffentlichen Akten erhalten, insbesondere zu Verwaltungsakten und gesellschafts-wirtschaftlichen Plänen, die von der Regierung und ihren Verwaltungsorganen herausgegeben wurden.

Diese Vereinbarungen zwischen der unabhängigen Gewerkschaft *Solidarność* und der kommunistischen Regierung eröffneten prinzipiell eine Chance, das offizielle Kommunikations- und Mediensystem Polens zu verändern, was in der Folgezeit allerdings nur bedingt geschah. Zu den wichtigsten Entwicklungen nach dem getroffenen Abkommen vom August 1980 gehörte die Entstehung der Presse des so genannten *Zweiten Umlaufs*, die halb-legal oder illegal in verschiedenen Auflagen publiziert wurde und mal mehr mal weniger stark in Opposition zur kommunistischen Regierung stand. Diese alternative Presse wurde von fast allen politischen Kräften und Organisationen herausgegeben – sowohl von denen, die sich mit der Partei verbunden fühlten, als auch von denen, die der *Solidarność* nahe standen (vgl. Kowalski 1988 : 185). Die *Solidarność*, die schon in den ersten Streiktagen im Juni 1980 eigene, illegale Zeitungen publizierte, durfte erst im April 1981 legal publizieren. Im Oktober des Jahres 1981 gab die Gewerkschaft bereits neun Zeitungen heraus, die meistens ein- oder zweimal pro Woche erschienen. Die Gesamtauflage dieser Zeitungen betrug über eine Million. Zudem hatte die Gewerkschaft *Solidarność* eine eigene Kolumne in 45 weiteren Zeitungen der offiziellen Presse (vgl. Jakubowicz 1990a : 338).

„These trade union weeklies and bulletins represented an important historical event in Eastern bloc countries: for the first time the state monopoly of information was broken, there was an independent and officially accepted press.“ (*The rise* 1982 : 8) Ein anderes Phänomen, das von 1980 bis 1981 deutlich zu beobachten war, betraf die herkömmlichen offiziellen Publikationen: Die Chefredakteure und Redaktionsmitarbeiter dieser Zeitungen wurden in Bezug auf Meinungsäußerung und Regierungskritik freier und unabhängiger. Sogar in den offiziellen Zeitungen der PVAP gab es unterschiedliche Auffassungen und Herangehensweisen, die Zeitungen berichteten über Auseinandersetzungen und Meinungsdivergenzen. In der Periode der *Solidarność*-Bewegung erlebte die polnische Presse ihre größte Unabhängigkeit und Vielfalt seit Entstehung der Volksrepublik Polen (vgl. Kowalski 1988 : 185). „Ende 1981 konnte man in Polen bereits davon sprechen, daß die kommunistische Partei im Bereich der Medien zwar noch dominierte, aber keine Kontrolle mehr ausübte.“ (Knobelsdorf 1991 : 440)

Diese Freiheiten, die die polnische Presse in den Jahren 1980 und 1981 genießen konnte, trafen in keinerlei Weise auf den Rundfunk zu. Obwohl die *Solidarność* auf ihrem ersten Landeskongress im Jahre 1981 den Zugang zum Rundfunk postulierte und im 33. Programmabschluss die These aufstellte, dass „gesellschaftliche Kommunikationsmittel Eigentum der Gesellschaft sind und der ganzen Gesellschaft dienen und unter ihrer Kontrolle stehen sollen“ (Jakubowicz 1999a : 162), hatte dies keinen Einfluss auf die Rundfunkpraxis. Die Partei, die sich das Rundfunkmonopol systematisch aufgebaut und gesichert hatte, konnte derartige Forderungen nur als eine Provokation auffassen. Dabei waren die Forderungen der *Solidarność* sogar moderat. Die Gewerkschaft stellte das Rundfunkmonopol des Staates gar nicht in Frage. „Unter ‚Vergesellschaftlichung‘ wurde die Einberufung einer administrativ-exekutiven Körperschaft beim Radio- und Fernsehkomitee verstanden, welche die Regierung, politische Parteien, Gewerkschaften, konfessionelle Vereinigungen, gesellschaftliche Organisationen, Künstlerkreise sowie Betriebsräte der Journalisten und technischen Mitarbeiter repräsentieren sollte. [...] Es war ein Versuch, dem Fernsehen einen anderen Platz in der Gesellschaft einzuräumen, indem man es in den Grenzbereich zwischen Machthabern und der Gesellschaft rückte – an dem allgemeinen monopolistischen und zentralistischen Fernsehmodell wurde aber grundsätzlich nichts geändert.“ (Jakubowicz 1999a : 162f.)

Die Forderungen der *Solidarność* waren mit der Hoffnung verbunden, ein Minimum an Binnenpluralismus im Staatsrundfunk etablieren zu können. Die wenigen medienbezogenen Zugeständnisse, die die Gewerkschaft den kommunistischen Machthabern im Danziger Abkommen vom 31. August 1980 abgerungen hatte, wurden in der Rundfunkpraxis allerdings niemals umgesetzt. Vielmehr dienten die staatlichen Rundfunkmedien als Waffen gegen die streitbare *Solidarność*. „Bereits im Frühjahr oder im Sommer 1981 war die Entscheidung gefallen, das Fernsehen bei der geplanten Zerquetschung der *Solidarność* zu nutzen.“¹⁵⁶ (Maziarski 1999 : 178f.)

Eine schwarze Stunde für die polnischen Medien begann mit der Ausrufung des Kriegsrechts durch General Wojciech Jaruzelski am 13. Dezember 1981 um Punkt Null Uhr. Eine der ersten Maßnahmen nach Ausrufung des Kriegsrechts war die systematische Unterbrechung aller Kommunikations- und Transportwege: Dabei handelte es sich um Ausgangssperren, Reiseverbote, Unterbrechung der Postzustellung und der Telekommunikation sowie die Einstellung der Zeitungs- und Zeitschriftenproduktion. Lediglich die Parteizeitung *Trybuna Ludu* und die Armeezeitung *Żołnierz Wolności* (Soldat der Freiheit) erschienen damals. Im Rundfunkbereich wurde die Ausstrahlung aller regionalen Radio- und Fernsehsendungen, des zweiten Fernsehprogramms sowie von drei landesweiten Radiokanälen unterbrochen. Nur ein nationales Radioprogramm und ein nationales Fernsehprogramm sendeten weiter. Der staatliche Rundfunk war am 13. Dezember vom Militär übernommen worden. Das so genannte *Studio Bunker* ging am 14. Dezember 1981 auf Sendung. Hierfür wurden 452 linientreue Journalisten und Techniker rekrutiert, von denen die Regierung Jaruzelski erwartete, dass sie ihren Vorstellungen entsprechend berichten würden. Alle

¹⁵⁶ „Już wiosną albo latem 1981 roku zapadła decyzja wykorzystania telewizji w przygotowanym zgnieceniu ‚Solidarności.‘“

anderen der über 6.000 Angestellten von Radio und Fernsehen wurden beurlaubt. Die Nachrichtensendungen bekamen ihr Material von der Pressestelle der Regierung, wo unter Führung des hohen Parteimitglieds Jerzy Urban 42 Personen damit beschäftigt waren, offizielle Pressemitteilungen zu verfassen. Die Nachrichtensprecher mussten in Uniformen auftreten, es wurden Militärkommuniqués vorgelesen und Marschmusik gespielt¹⁵⁷ (vgl. Fedorowicz/Bruck 1989 : 27). Bald kursierte in Warschau der Witz: Was ist der unterste Dienstgrad in der Armee? Antwort: Fernsehansager (vgl. *The rise* 1982 : 9).

Die Informationsmöglichkeiten für die Bevölkerung waren in der ersten Zeit nach Ausrufung des Kriegsrechts minimal. Wie bereits erwähnt, erschienen zunächst lediglich die zwei Zeitungen *Trybuna Ludu* und *Żołnierz Wolności*. Erst nach rund zwei Monaten nach Ausrufung des Kriegsrechts wurden die eingestellten offiziellen Zeitungen schrittweise wieder herausgegeben. Tageszeitungen erschienen zunächst nur einmal pro Woche. Eine der ersten Zeitungen, die nach einer sehr strengen Überprüfung der Mitarbeiter wieder erscheinen durfte, war das Organ der Demokratischen Partei (*SD*), *Kurier Polski* (Polnischer Kurier). Eine gründliche *Säuberung* wurde ebenfalls in der Redaktion von *Słowo Powszechne*, der katholischen Zeitung der linksorientierten Krakauer *PAX*-Gruppe, sogar ohne eine offizielle Überprüfung vorgenommen. Der Chefredakteur, sein Stellvertreter sowie 20 weitere Journalisten wurden ohne Begründung entlassen. Am 18. Februar 1982 erschien auch wieder die offizielle Partei-Wochenzeitung *Polityka* (Die Politik). Elf der besten Mitarbeiter dieser Publikation lehnten es jedoch ab, für *Polityka* oder eine andere offizielle Zeitung zu arbeiten. Die zwei großen Literatur-Wochenschriften *Kultura* (Kultur) und *Literatura* (Literatur) mussten eingestellt werden. Diejenigen Journalisten von *Kultura*, die Mitglieder der kommunistischen Partei waren, gaben nach dem 13. Dezember 1981 ihre Parteibücher zurück. Der Chefredakteur von *Kultura*, Maciej Wierzyński, zog sich – wie zahlreiche andere polnische Journalisten auch – nach der Ausrufung des Kriegsrechts ganz aus seinem Beruf zurück und beantragte die Lizenz für ein Taxi. Den Kommissaren, die an den Überprüfungen der Redaktionen dieser Wochenschriften beteiligt waren, gelang es nicht, qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen, die diese beiden kulturellen Wochenschriften wieder hätten reaktivieren könnten. Das bekannte Wochenblatt *Kulisy* (Kulissen) wurde ebenfalls eingestellt, genauso wie die Danziger Zeitschrift *Czas* (Die Zeit) (vgl. *The rise* 1982 : 9).

Die Zeitungen, die einige Wochen oder Monate nach Ausrufung des Kriegsrechts wieder erscheinen durften, waren durchweg uniform, der Informationsgehalt und die Informationsvielfalt waren minimal. „The limits of freedom of expression in the press are strictly defined and correspond more or less to what they were at the end of the 1960s.“ (*The rise* 1982 : 9) Reportagen, die bei sehr vielen Zeitungen – beispielsweise bei *Życie Warszawy* – vormals eine große Rolle gespielt hatten, verschwanden gänzlich aus den Spalten. Stattdessen

¹⁵⁷ Die polnischen Bürger reagierten auf die penetrante Propaganda der ersten Monate nach Verhängung des Kriegsrechts auf ihre Weise: In Świdnik und Lublin schlenderten beispielsweise Tausende Bürger während der Abendnachrichtensendungen demonstrativ auf der Straße. Andere stellten ihre Fernseher ins Fenster, den Bildschirm nach draußen gerichtet (vgl. Fedorowicz/Bruck 1989 : 25 f.; Maziarski 1999 : 179).

füllten Mitteilungen und Nachrichten der offiziellen Polnischen Presse-Agentur (*Polska Agencja Prasowa/PAP*) die Seiten (vgl. *The rise* 1982 : 9).

Während die offizielle staatliche Presse nach dem 13. Dezember 1981 uniform und konform wurde, entwickelte sich die Untergrundpresse in dynamischer Art und Weise. Nach knapp einem halben Jahr hatten die Untergrundzeitungen und -blätter ihren Betrieb soweit ausgebaut, dass die *Solidarność*-Zeitung *Tygodnik Mazowsze* pro Woche zwischen 15.000 und 40.000 Exemplare drucken und vertreiben konnte. Die Zeitung *Solidarność Małopolska* (Kleinpolnische Solidarność) erreichte eine Auflage zwischen 15.000 und 25.000 Exemplaren. Die erfolgreiche Entwicklung der Untergrundpresse beruhte darauf, dass in der Nacht zum 13. Dezember 1981 hauptsächlich die öffentlich bekannten Einrichtungen der *Solidarność* durchsucht worden waren. Die Polizei zerstörte oder konfiszierte dabei Papiervorräte, Druckmaschinen, Archive und audiovisuelle Geräte. Einige Verlage, die im Jahre 1980 entstanden waren, hatten sich jedoch von vorneherein auf einen Untergrundbetrieb vorbereitet. In den Monaten nach Legalisierung der *Solidarność*-Bewegung haben diese Verlage deshalb niemals komplett in der Öffentlichkeit operiert. Bis zur Aufhebung des Kriegsrechts am 22. Juli 1983 gaben 18 größere und kleinere Untergrundverlage über 100 verschiedene Titel heraus. Allein in den ersten Monaten nach Ausrufung des Kriegsrechts erschienen über 1.500 verschiedene Bulletins, Pamphletserien oder Flugblätter, die von Arbeiterkomitees, Nachbarschaftsorganisation und *Solidarność*-Aktivisten herausgegeben wurden. Da die Verbreitung von Flugblättern streng verboten war, griffen die oppositionellen Gruppen zu ungewöhnlichen Maßnahmen: In Warschau rief die *Solidarność* die Bevölkerung beispielsweise dazu auf, stets mit großen Einkaufstaschen auf die Straße zu gehen, damit die Verteiler von Flugblättern der Polizei nicht so schnell auffallen konnten (vgl. Fedorowicz/Bruck 1989 : 25).

Die Entwicklung der Untergrundpresse setzte sich in den folgenden Jahren fort. Bis 1989 erschienen insgesamt 2.077 nationale, regionale oder lokale Untergrund-Publikationen mit einer Auflage von bis zu 80.000 Exemplaren (vgl. Jakubowicz 1990a : 339). „Practically every one of the great many opposition groupings and organizations has sought to publish its own newspaper(s).“ (Jakubowicz 1990a : 339) Anfang 1989 erschienen in 46 der 49 polnischen Woiwodschaften rund 600 Untergrund-Blätter. Etwa 260 gab die *Solidarność* heraus, andere Parteien und Organisationen publizierten etwa 200 Titel, bei den restlichen handelte es sich um publizistisch-kulturelle oder literarische Publikationen (vgl. Jakubowicz 1990a : 339). „On the surface, it [Poland –K. H.] was a country in which Communist party still maintained total control over society. In practice, however conditions were very different.“ (Goban-Klas 1994 : 201)

Die zahlreichen Untergrund-Blätter, die in Polen ab Ende der siebziger Jahre im Umlauf waren, durchbrachen das Informationsmonopol der kommunistischen Partei. Diese Publikationen spielten in den verschiedenen Phasen bis zum Systemwechsel unterschiedliche Rollen. Sie bildeten ein wichtiges Forum der ideologischen und politischen Diskussion über Polens Probleme und Zukunftsperspektiven. Diese Debatten wurden zu einem wichtigen Faktor der Vorbereitung der Transformation, wobei die Untergrundblätter für die oppositionelle *Solidarność*-Bewegung ebenfalls eine wichtige organisatorische Funktion hatten (vgl. Holzer 1997 : 65). Eine sehr wichtige Rolle spielte in den achtziger Jahren ebenfalls die katholische Presse. „Sie

öffnete sich denjenigen, die aus politischen Gründen in den übrigen säkularen Medien entweder nicht arbeiten durften oder wollten.“ (Kowol 1999 : 236) In katholischen Zeitungen und Zeitschriften zu publizieren bedeutete damals keineswegs, dass man tatsächlich gläubig war und sich mit der Kirche gänzlich identifizierte. Es war vielmehr der Ausdruck der Verbundenheit mit der politischen Opposition.

Im Gegensatz zur Untergrundpresse, die sich nach der Verhängung des Kriegszustandes wieder relativ schnell entwickelte und vielen polnischen Bürgern und Bürgerinnen eine bedeutende Alternative zu der offiziellen Verlautbarungspresse bot, waren die Versuche, eine ähnliche Alternative im Äther zu etablieren, nicht so erfolgreich. Am 12. April 1982, rund vier Monate nach dem abrupten Ende der *Solidarność*-Bewegung, wurde das Monopol des staatlichen polnischen Rundfunks erstmals für achteinhalb Minuten gebrochen. *Radio Solidarność* war es gelungen, in der Warschauer Region auf Ukw einen Beitrag zu senden, der sich mit einem Untergrund-Lied aus dem Zweiten Weltkrieg und kritischen Worten zu dem verhängten Kriegszustand an die Bevölkerung richtete. Bis Sommer folgten acht weitere Beiträge der gleichen Machart, die jeweils auf derselben Frequenz und zur selben Zeit ausgestrahlt wurden. Deren Übertragung wurde von den staatlichen Behörden allerdings nach wenigen Minuten oder sogar sofort unterbrochen. Im Juli und August 1982 wurden neun Personen, darunter die Initiatoren von *Radio Solidarność* verhaftet. Sie wurden im Februar 1983 zu Gefängnisstrafen zwischen sieben Monaten und viereinhalb Jahren verurteilt. Trotz der hohen Strafen fand *Radio Solidarność* Nachahmer, die in den kommenden Jahren in Warschau und in anderen Städten in unregelmäßigen Abständen als Untergrund-Piraten sendeten (vgl. Mielczarek 1998 : 31; Goban-Klas 1994 : 189). Eine sehr wichtige Rolle spielten Ende der achtziger Jahre die polnischsprachigen Programme ausländischer Rundfunksender. *Radio Free Europe* beispielsweise strahlte regelmäßig live geführte Telefon-Interviews mit polnischen Intellektuellen aus (vgl. Goban-Klas 1994 : 201).

Auch im audiovisuellen Bereich gab es eine Gegenbewegung zum Verlautbarungsjournalismus des staatlichen Fernsehens. In den Gemeindezentren der Katholischen Kirche, den Sammelbecken des gesellschaftlichen Widerstandes gegen das Kriegsrecht-Regime, begann der Siegeszug der Videotechnik. Dissidenten und unabhängige Filmemacher nutzen nach 1981 die Videoausrüstung und die Kameras der Kirche, um regimiekritische Videofilme zu produzieren, darunter beispielsweise einen Film über die Ermordung des Priesters Jerzy Popiełuszko durch den polnischen Geheimdienst. Diese Filme wurden in den Gemeinden heimlich ausgestrahlt oder vervielfältigt und an private Haushalte¹⁵⁸ verteilt (vgl. Goban-Klas 1994 : 189 u. 196).

Ende der achtziger Jahre, als die Regierung des reformwilligen Mieczysław Rakowski angesichts des wachsenden politischen Widerstandes unter anderem darüber nachdachte, die Restriktionen für die staatlichen Medien zu lockern ohne jedoch die Kontrolle über die Massenmedien abzugeben, waren dem Staatsapparat in Wirklichkeit bereits die Zügel entglitten. Seit Mitte der achtziger Jahre waren einige

¹⁵⁸ Ende der achtziger Jahre gab es trotz Devisen- und Importproblemen schätzungsweise eine Million Videorekorder in Polen, was einer Verbreitungsquote von rund 10 Prozent aller Haushalte entspricht. Attraktiv waren Videorekorder als Alternative zum Unterhaltungsangebot des staatlichen Fernsehens (vgl. Goban-Klas 1994 : 196).

zehntausend Satellitenschüsseln nach Polen gelangt und im Einsatz. Entsprechend entwickelte sich die Nachfrage nach ausländischen TV-Programmen, von denen man Ende der achtziger Jahre in Polen rund 20 empfangen konnte. Nachdem immer mehr Polen nach einem Besuch im westlichen Ausland mit einer Parabolantenne nach Hause kamen, wobei diese beim Zoll mitunter illustrerweise als Vogeltränken deklariert wurden, lenkte der Staatsapparat ein und begann ab 1986 den Betrieb solcher Anlagen durch Lizenzen zu legalisieren. 1988 wurde die Kontrolle komplett aufgegeben, wobei die am 20. Februar 1986 erlassene, so genannte *Anti-Satellitenverordnung* erst am 13. Februar 1989 offiziell außer Kraft gesetzt wurde (vgl. Sadowska 1997 : 66f.; Sparks/Reading 1994 : 252).

In den Jahren 1988 und 1989, im Klima des fortschreitenden Machtverfalls der kommunistischen Partei, hatte sich das staatliche Polnische Fernsehen selbst überlebt. Der polnische Medienexperte Karol Jakubowicz (1999a : 162) fasst es folgendermaßen zusammen: „Im Resultat war das Fernsehen der Volksrepublik Polen nicht in der Lage a) den internen lähmenden und zur Erstarrung neigenden ideologischen Überbau abzuschütteln; b) neue Strukturen hervorzubringen, welche die in der Gesellschaft vorhandenen feindseligen Gesinnungen und Strömungen gegenüber dem System hätten kanalisieren können; c) den immer größer werdenden Vertrauensverlust in die Institutionen des Staats- und Parteiapparats – also auch das Fernsehen selbst – aufzuhalten. Letztendlich erreichte das Fernsehen der Volksrepublik Polen das Gegenteil dessen, was es anstrebte: Es wurde zu einem Krisenfaktor und trug zum Zusammenbruch des Systems, das es eigentlich stärken sollte, bei.“

5. Strukturelle Spezifika

Ein spezifisches Merkmal des Pressesystems der Volksrepublik Polen war die zentrale Position der Arbeiterverlagsgenossenschaft Presse-Buch-Bewegung (*Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza/RSW Prasa-Książka-Ruch*), die nach dem Zweiten Weltkrieg zum größten und in jeder Beziehung dominierenden Presseverlag aufgebaut wurde und als der größte Pressekonzern in Ostmitteleuropa galt (vgl. Długosch 1975 : 88; Słomkowska 1996 : 30).

Bei der Gründung der Genossenschaft im Jahre 1947 zählten mehrheitlich natürliche Personen zu den Mitgliedern: rund 150 kommunistische Parteifunktionäre, Journalisten und Druckereiangestellte. Sie besaßen zusammen 244 Geschäftsanteile, während die kommunistische Polnische Arbeiter-Partei (*PPR*) – die einzige juristische Körperschaft – schon damals über 100.000 Anteile verfügte. Im Aufsichtsrat hatte die *PPR* – gemäß den Bestimmungen des polnischen Genossenschaftsrechts – wie alle anderen Mitglieder der Genossenschaft allerdings nur eine Stimme. Um unerwünschten Diskussionen vorzubeugen, wurden der Aufsichtsrat und die Generalversammlung jahrelang nicht einberufen. 1958 wurde ein neues Statut geschaffen, das besagte, dass nur juristische Personen der Genossenschaft angehören durften. Daraufhin wurden einige von der PVAP kontrollierte Massenorganisation wie der Zentralrat der Gewerkschaften, einige Jugendverbände sowie der Frauenverband *Liga Kobiet* in die Arbeiterverlagsgenossenschaft als Mitglieder aufgenommen (vgl. Długosch 1975 : 90ff.).

Die Arbeiterverlagsgenossenschaft war von Anfang an lediglich formal eine Genossenschaft. Bereits 1954 wurde der *RSW*-Konzern aus der zentralen Genossenschaftsverwaltung ausgegliedert und dem Gültigkeitsbereich des Genossenschaftsrechts entzogen. Im Bereich der Finanzverwaltung, Planung und Investitionen besaß der *RSW*-Konzern den Status eines staatlichen Zentralamtes. Damit galten für die Arbeiterverlagsgenossenschaft in ökonomischer Hinsicht die gleichen Vorschriften wie für staatliche Betriebe. Diese Tatsache ermöglichte eine straffe, zentralistische Leitung und Kontrolle des Verlages seitens der PVAP (vgl. Długosch 1975 : 90). „Von der Papierherstellung über die Informationsbeschaffung bis zum Kioskverkauf waren sämtliche Periodika in der Hand einer Konzernbürokratie, die aufs engste mit der Propagandaabteilung des Zentralkomitees und der staatlichen Zensurbehörde verzahnt war.“ (Dietrich 1990 : 33)

Die Arbeiterverlagsgenossenschaft spielte bei der parteilichen Lenkung und Kontrolle der Presse immer eine wichtige Rolle. Dies geschah durch entsprechende Personalpolitik, vor allem durch die Besetzung der leitenden Redaktionsposten mit parteitreuen Journalisten, durch die Zuteilung des Papiers sowie durch die ständige Herausgabe von Anweisungen für die redaktionelle Arbeit und durch ein System der regelmäßigen Analyse und Beurteilung der Presseinhalte (vgl. Długosch 1975 : 91 f.).

Die Arbeiterverlagsgenossenschaft war aber auch aus einem anderen Grund wichtig für die kommunistischen Machthaber. Im Gegensatz zu vielen anderen Staatsbetrieben erwirtschaftete sie satte Gewinne, von denen die kommunistische Partei enorm profitierte. Die Buchhaltung des *RSW*-Konzerns wurde seit Anfang der siebziger Jahre ausschließlich von der Partei kontrolliert (vgl. Dietrich, 1990 : 33). Die Aufteilung der

Gewinne des *RSW*-Konzerns verschob sich im Laufe der Jahre immer weiter zugunsten der Teilhaber. In den sechziger Jahren kassierten die PVAP und die an *RSW* beteiligten Massenorganisation zusammen etwa zehn Prozent der Gewinne. In den achtziger Jahren wurden hingegen 75 Prozent des gesamten Gewinns an die Teilhaber verteilt. Die PVAP profitierte davon enorm: Insgesamt 95 Prozent des ausgeschütteten Gewinns floss in die kommunistische Parteikasse, den anderen Teilhabern verblieben lediglich fünf Prozent. Auf diese Art und Weise entwickelte sich die Arbeiterverlagsgenossenschaft zur wichtigsten Einnahmequelle der PVAP und bescherte der Partei ein beträchtliches Vermögen. Im Jahre 1989 beispielsweise erwirtschaftete der *RSW*-Konzern rund 100 Milliarden Złoty Gewinn (vgl. *Tajemnice* 1990 : 1).

Als größter Presseverlag gab die Arbeiterverlagsgenossenschaft etwa zehn Prozent aller polnischen Presstitel heraus, die jedoch bis zu 92 Prozent der Gesamtauflage aller Tageszeitungen und bis zu 97 Prozent der Gesamtauflage aller Zeitschriften ausmachten (vgl. Bajka 1999a : 84). Laut Goban-Klas (1994 : 220) betrug der Anteil der *RSW*-Blätter Ende der achtziger Jahre 87 Prozent der Gesamtauflage aller Tageszeitungen und 76 Prozent der Gesamtauflage aller wöchentlich erscheinenden Publikationen. Insgesamt kontrollierte der Konzern damals 47 Prozent aller in Polen erschienenen Publikationen. Die polnische Oberste Kontrollkammer¹⁵⁹ (*Najwyższa Izba Kontroli/NIK*) stellte in einem retrospektiven Bericht im Jahre 1993 fest, dass die Arbeiterverlagsgenossenschaft im Jahre 1989 insgesamt 244 Titel herausgegeben hatte, darunter 219 eigene Publikationen (45 Tageszeitungen und 174 Zeitschriften). Der Anteil der *RSW*-Presse betrug damals im Bereich der tagesaktuellen Presse 90 Prozent aller Auflagen und im Bereich von Zeitschriften 42 Prozent aller Auflagen (vgl. *NIK* 1996 : 463).

Unter den vom *RSW*-Konzern herausgegebenen Zeitungen konnte man vier unterschiedliche Gattungen ausmachen, was auf der Pressepolitik der PVAP beruhte (vgl. Pisarek 1999 : 130f.):

1. Die zentrale PVAP-Zeitung *Trybuna Ludu* (Volkstribüne). Diese Zeitung hatte in den siebziger Jahren eine durchschnittliche Auflage in Höhe von 900.000 Exemplaren.
2. Die Zeitungen der Woiwodschafts Komitees der PVAP, die eine Auflage von durchschnittlich 220.000 Exemplaren hatten.
3. Die beliebten Morgenzeitungen, die nicht direkt als Organe der Partei firmierten und durchschnittlich 130.000 Exemplare pro Tag druckten.
4. Die sehr populären Nachmittagszeitungen, die eine Auflage von durchschnittlich 80.000 Exemplaren hatten.

„Die Auflagenhöhe der einzelnen Zeitungen und Zeitschriften [war] nicht davon abhängig [...], was die Leute gerne lesen wollten, sondern davon, was sie nach Auffassung der Partei lesen sollten.“ (Pisarek 1999 : 130f.) Seit der Eingliederung des Vertriebsunternehmens *Ruch* war der *RSW*-Konzern außerdem Monopolist im Sektor des Pressevertriebs. Die polnische Presse wurde ausschließlich von der *RSW*-Vertriebsabteilung

¹⁵⁹ Vergleichbar mit dem deutschen Bundesrechnungshof.

über ein Netz von etwa 30.000 Kiosken vertrieben. Diese waren im ganzen Land anzutreffen, sowohl in den Städten als auch in kleinen Dörfern. Außer Presseerzeugnissen wurden in den *RSW*-Kiosken auch Bücher, Souvenirs, Kosmetika, Toilettenartikel, Spielzeug und Zigaretten verkauft (vgl. Pisarek 1999 : 129: *Visitenkarte* o. J. : 6 u. 25).

Neben dem Pressegiganten *RSW* gab es auch einige kleinere Verlage. Der Verlag *Prasa ZSL* (*ZSL*-Presse) gab Publikationen der Vereinigten Bauernpartei (*Zjednoczone Stronnictwo Ludowe/ZSL*) heraus, die hauptsächlich an Leser auf dem Lande gerichtet waren. Die Demokratische Partei (*Stronnictwo Demokratyczne/SD*) verfügte ebenfalls über einen eigenen Verlag, der zwei Tageszeitungen und drei Zeitschriften herausgab. Außerdem besaß die katholische Kirche einige kleinere Verlage, in denen sie mehrere überregionale und regionale Zeitungen und Zeitschriften herausgab. Darunter beispielsweise die bekannte Wochenzeitung *Tygodnik Powszechny*, die polnischen Oppositionellen in der gesamten Nachkriegszeit als ein wichtiges Forum diente (vgl. *Visitenkarte* o. J. : 7; Kowol 1999 : 238).

Im Rundfunk waren die Strukturen wesentlich homogener. Bis auf den 1957 ins Leben gerufenen und von der kommunistischen Partei geduldeten Popmusik-Sender *Rozgłośnia Harcerska* des Zentralen Pfadfinder-Verbandes (*ZHP*)¹⁶⁰, verfügte der Staat auf dem polnischen Landesgebiet über das absolute Monopol im Rundfunkbereich. Das Polnische Radio strahlte 1989 vier Programme aus: Das erste Programm, das auf Langwelle ausgestrahlt wurde und die meisten polnischen Hörerinnen und Hörer erreichen konnte, galt als das offizielle und amtliche Programm des Polnischen Radios. Es hatte ein universelles Format und bot allen Altersschichten Information, publizistische Programme, Kultur und Bildung an. Das 1949 ins Leben gerufene zweite Programm galt als Kultursender für Literatur, klassische Musik und Philharmonieorchesterkonzerte. Das 1962 ins Leben gerufene und sehr beliebte dritte Programm bot polnischen Hörerinnen und Hörern Unterhaltungsprogramme und populäre Musik. Das vierte Programm des Polnischen Radios erfüllte den Bildungsauftrag. Für Kinder und Jugendliche strahlte es zahlreiche Schul- und Bildungsprogramme aus, für Erwachsene wurden Bildungssendungen in den Bereichen Allgemeinbildung, Kunst, Literatur und Musik sowie Sprachkurse gesendet. Das Polnische Fernsehen strahlte 1989 zwei Programme aus. Das erste Programm hatte ein universelles Format mit umfassendem Anspruch und bot Nachrichten, publizistische Sendungen, Unterhaltung, polnische und ausländische Serien und Filme sowie Sportsendungen. Das 1970 ins Leben gerufene zweite Programm des Polnischen Fernsehens sollte ausdrücklich nicht mit dem ersten Programm konkurrieren, sondern dessen Angebot ergänzen und bereichern. Aus diesem Grund wurden im zweiten Programm überdurchschnittlich viele Kulturprogramme sowie Bildungssendungen ausgestrahlt (vgl. Sobczak 1999 : 118f.; Grzelewska 2001 : 238ff u. 274ff.).

¹⁶⁰ vgl. hierzu Kapitel III, Abschnitt 3.

6. Presserechtliche Grundlagen und Zensurbestimmungen

Ähnlich wie in allen anderen Ostblockstaaten war es auch in der Volksrepublik Polen gängige Praxis, dass Medieninhalte zensiert wurden, um nicht konforme Meinungen zu unterdrücken und den Medien- und Kulturbereich bis zur politischen Wende im Jahre 1989 zu kontrollieren und zu lenken. Lange Zeit gab es für diese Praxis keine gesetzliche Grundlage, sondern nur einen Erlass der provisorischen polnischen Regierung, des Landes-National-Rates (*Krajowa Rada Narodowa/KRN*), vom 5. Juli 1946. Dieser Erlass hatte die präventive Zensur und eine zentrale Zensurbehörde ins Leben gerufen: das Hauptamt für die Kontrolle von Presse, Publikationen und Veranstaltungen (*Główny Urząd Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk, GUKPPiW*) (vgl. Klimsa 1986 : 401). Für Medien bedeutete dies konkret, dass in jeder Druckerei und in allen Redaktionen ein Mitarbeiter des Kontrollamtes mit der Kontrolle von Manuskripten beschäftigt war. Abhängig vom politischen Klima im Land wurde die Zensurtätigkeit mal mehr, mal weniger streng gehandhabt (vgl. Peter 1990 : 307; Mrowka 1984 : 2).

In den siebziger Jahren, dem Höhepunkt der Instrumentalisierung der Medien, wurden weitere Grundlagen für die Ausübung der Zensur durch Anordnungen und Anweisungen der kommunistischen Partei geschaffen. Die Bestimmungen darüber, was die Bevölkerung erfahren durfte, waren hauptsächlich im so genannten Buch der Aufzeichnungen und Empfehlungen (*Książka Zapisów i Zaleceń*) zu finden und dienten den Zensoren als Maßstab für die Kontrolle. Außer diesem Vorschriftenkatalog, den die Zentrale mit ihren Vertretungen in der Provinz auf die jeweilige parteipolitische Linie abstimmte, gab es noch zahlreiche andere Bulletins, Info-Blätter und Belehrungsschriften, die vom Hauptamt für Kontrolle verbreitet wurden (vgl. Klimsa 1986 : 401; Révész 1977 : 34).

Die Zensurbehörden waren dafür verantwortlich, dass keine Beiträge veröffentlicht wurden, die nicht mit der Partei- und Staatspolitik übereinstimmten. „Sie bestimmten nicht nur Themen, Probleme, Daten und Namen, über die berichtet werden durfte, sondern sie legten auch fest, wie über jede Art von Problematik zu berichten war und mitunter sogar, welcher sprachlicher Mittel sich die Journalisten in einem Bericht bedienen sollten.“ (Klimsa 1986 : 401) Beispielsweise bestimmte das Buch der Aufzeichnungen und Empfehlungen, wie polnische Redakteure mit der Problematik der zwei deutschen Staaten umzugehen hatten: Es durfte niemals von der polnisch-deutschen Grenze die Rede sein, sondern immer nur von der Oder-Neiße-Grenze oder der Polen-DDR-Grenze. Das Adjektiv *deutsch* war zu meiden, erlaubt waren stattdessen die Begriffe DDR, BRD oder westdeutsch. Die offiziellen Anordnungen regelten sehr detailliert die Kontrolle des öffentlichen Lebens, wobei sich die Zensureingriffe sowohl auf Fragen von Weltbedeutung als auch auf absolute Belanglosigkeiten erstrecken konnten (vgl. Klimsa 1986 : 401f.). „Die Zensur beeinflusste nicht nur die Endgestalt eines Textes. Bereits seine Entstehung stand im Zeichen des Hauptamtes für Kontrolle, denn die unbegrenzte Zensurmacht hinderte viele Publizisten am Schreiben oder zwang sie zu einer ‚entsprechenden‘ Themenauswahl und einer ‚entsprechenden‘ Bearbeitung des Stoffes. Die Journalisten wussten, dass sie einige ‚heikle‘ und ‚verbotene‘ Themen zu meiden hatten, über manche

Fragen dachten sie schon gar nicht nach. Die sog. Selbstzensur ist im System einer totalitären präventiven Zensur eine charakteristische Erscheinung.“ (Klimsa 1986 : 402)

In den siebziger Jahren wurde die Verantwortung für die redaktionellen Inhalte von Presse, Hörfunk und Fernsehen zunehmend auf die leitenden Redakteure verlegt. Die Personalpolitik der PVAP, die alle wichtigen Posten mit linientreuen Leuten besetzte, garantierte die Sicherung der Parteiinteressen. Von der direkten Zensurkontrolle wurden zunächst die Parteizeitung *Trybuna Ludu* und die Parteiwochschrift *Polityka*, später auch die Wirtschaftszeitung *Życie Gospodarcze* (Wirtschafts-Leben) befreit. *Trybuna Ludu* wurde sogar als richtungweisend angesehen, ihre Kommentare dienten den Zensurbehörden als Maßstab bei der Kontrolle anderer Zeitungen und Zeitschriften. Kritische Beiträge in *Polityka* und *Życie Gospodarcze* besprachen die Zensoren mit der Redaktionsleitung. Entweder wurden die Berichte im Sinne der Zensoren geändert oder ganz aus der Ausgabe entfernt. Wenn ein Chefredakteur dennoch auf einer Veröffentlichung seines Berichts in der ursprünglichen Form bestand, wurde die Entscheidung in der Abteilung für Presse, Hörfunk und Fernsehen des Zentralkomitees getroffen (vgl. Klimsa 1986 : 402 f.).

Erst zu Beginn der achtziger Jahre wurden die Zensurbestimmungen erneut geändert. Unter dem Druck der freien Gewerkschaft *Solidarność* wurde erstmals eine gesetzliche Grundlage für die Zensurpraxis geschaffen. „Als der Vertrag zwischen der Staatsmacht und der Gewerkschaft *Solidarność* im Sommer 1980 unterschrieben worden war, setzte eine Diskussion ein, inwiefern sich die Zensur in die Journalistenarbeit einmischen und wie weit die Kontrolle gehen darf. Zum ersten Mal wurden so entschieden Garantien für die Kontrolle über die willkürliche Zensurtätigkeit verlangt; man wollte der Zensur einen rechtlichen Rahmen geben.“ (Klimsa 1986 : 403) Als der I. Kongress der Gewerkschaft *Solidarność* bevorstand, verabschiedete der Sejm am 31. Juli 1981 das Gesetz über die Kontrolle von Publikationen und Veranstaltungen (*Ustawa o Kontroli Publikacji i Widowisk*). Es war das erste Zensurgesetz in einem Land des ehemaligen Ostblocks (vgl. Klimsa 1986 : 401).

Im Artikel 1 des Gesetzes wurde – in Anlehnung an die polnische Verfassung vom 22. Juli 1952 – festgelegt, dass die Volksrepublik Polen die Freiheit des Wortes in Publikationen und bei Veranstaltungen gewährleiste. Diese Freiheit hatte allerdings ihre Grenzen: Die Souveränität und territoriale Integrität Polens sowie die Prinzipien der Außenpolitik durften nicht in Frage gestellt und es durfte nicht zum Umsturz des konstitutionellen Systems aufgerufen werden. Außerdem war es verboten, Kriegspropaganda zu betreiben, Staats-, Wirtschafts- und Dienstgeheimnisse bekannt zu machen, zu Verbrechen aufzurufen, Informationen über geschlossene Gerichtsverhandlungen ohne Erlaubnis zu verbreiten, religiöse Gefühle und die Gefühle Nichtgläubiger zu verletzen, Rassendiskriminierung oder nationale Diskriminierung zu propagieren sowie unsittliche Inhalte zu verbreiten (vgl. Klimsa 1986 : 403 f.).

Das Prinzip der präventiven Zensur wurde in dem neuen Gesetz beibehalten. Nach wie vor benötigten alle zur Publikation anstehenden Beiträge eine Erlaubnis des Hauptamtes für Kontrolle der Presse, Publikationen und Veranstaltungen, bevor sie veröffentlicht werden durften. Von dieser Vorzensur befreit worden waren lediglich folgende Druckerzeugnisse: Die Reden der Sejm-Abgeordneten oder der Mitglieder der Nationalräte, die in öffentlichen Sitzungen gehalten wurden, Gerichtsurteile, Gesetze und andere normative

Rechtsakte, sozial-wirtschaftliche Nationalpläne, Drucksachen und Formblätter der Staatsorgane, Veröffentlichungen des Statistischen Hauptamtes, Landkarten, vom Ministerium für das Schulwesen genehmigte Schulbücher, wissenschaftliche Veröffentlichungen der Hochschulen und der Polnischen Akademie der Wissenschaften, wissenschaftliche Arbeiten wie Magister- oder Doktorarbeiten sowie religiöse Druckerzeugnisse, Bilder und Tonaufnahmen der Katholischen Kirche und anderer Glaubensgemeinschaften, wenn sie den Glaubensfragen dienen. Politischen und gesellschaftlichen Organisationen wurde die Herausgabe von Bulletins erlaubt, wenn diese lediglich die satzungsmäßige Tätigkeit betrafen und mit dem Vermerk *zu Organisationszwecken* versehen waren (vgl. Klimsa 1986 : 404). Das Besondere und Neue an diesem Zensurgesetz war die Tatsache, dass Eingriffe der Zensur im jeweiligen Text vermerkt werden durften. Insbesondere die Katholische Kirche nutzte in den achtziger Jahren dieses Recht. Die katholische Wochenzeitung *Tygodnik Powszechny* wies beispielsweise in jeder Ausgabe an mehreren Stellen die Zensurtätigkeit auf. Die Eingriffe der Zensurbehörden wurden durch eine Klammer mit Querstrichen gekennzeichnet, wobei die rechtliche Grundlage des Eingriffs ebenfalls angegeben worden war. Rechtlich geregelt war in dem neuen Zensurgesetz ebenfalls, dass Journalisten gegen die Entscheidungen der Zensoren beim Obersten Verwaltungsgericht klagen durften. Einige Betroffene nahmen dieses Recht in Anspruch. 1984 wurden beispielsweise sieben solcher Gerichtsverfahren eingeleitet. Ergebnis: Vier der sieben Klagen wurden abgewiesen, ein Artikel wurde auf Empfehlung des Gerichts umgeschrieben, lediglich in zwei Fällen hob das Oberste Verwaltungsgericht die Entscheidung des Zensors auf (vgl. Klimsa 1986 : 404 f.; Peter 1990 : 307). „Mit diesen Bestimmungen wollte man der in den siebziger Jahren verbreiteten Zensurpraxis ein Ende setzen. All diese Regelungen, ihre Formulierung und ihr thematischer Umfang sind auf die Tatsache zurückzuführen, dass die Bewusstseinsänderungen der Bevölkerung, die die *Solidarność* bewirkte, sich nicht mehr rückgängig machen ließen.“ (Klimsa 1986 : 404)

Mit den Zensur-Bestimmungen eng verbunden war das Presserecht, das erstmals am 1. Januar 1984 vom polnischen Sejm ein Pressegesetz verabschiedet wurde und das am 1. Juli desselben Jahres in Kraft trat (*Prawo* 1984 : 45 u. 52). „Dieses Gesetz stellt etwas besonderes dar, denn in der Geschichte Polens, also nicht nur in der seit 1945 bestehenden Volksrepublik, hat es ein gültiges, in sich geschlossenes Presserecht, das den Rang eines Gesetzes hat, bisher nie gegeben. Die Bemühungen um ein solches werden bis auf das Jahr 1921 datiert, als im neu entstandenen polnischen Staat bis zum Jahre 1938 rund 14 parlamentarische, politische und gerichtliche Unterfangen diskutiert, aber nicht mit einem gültigen Gesetz abgeschlossen werden konnten.“ (Mrowka 1984 : 19)

Einen Entwurf für ein *Kleines Pressegesetz* mit Bestimmungen zum Schutz der Pressefreiheit und der ungehinderten Tätigkeit von Journalisten hatte eine Sonderkommission der Vereinigung Polnischer Journalisten (*SDP*) bereits in den fünfziger Jahren erarbeitet. Dieser Entwurf wurde zwar dem Gesetzausschuss des Sejms vorgelegt, aber niemals dem Plenum des Parlaments (vgl. Prakke u. a. 1970 : 438). Für Journalisten stellte die unpräzise rechtliche Lage ein Problem dar. Der Mangel an klaren

gesetzlichen Bestimmungen erzeugte immer wieder Unsicherheit. Viele relevante Fragen, darunter die Rechte und Pflichten von Journalisten, blieben viele Jahre unbeantwortet (vgl. Révész 1977 : 46 f.). Das neue Pressegesetz, das fast vier Jahrzehnte nach Gründung der Volksrepublik Polen in Kraft trat, war – analog zum Zensurgesetz – ein Ergebnis der Verhandlungen zwischen den streikenden Werftarbeitern in Danzig und der Regierungskommission im Sommer 1980. Die Bearbeitung des Gesetzestextes und die Erörterung im Sejm dauerten über zwei Jahre (vgl. Mrowka 1984 : 20). „Es ist nicht zu bezweifeln, dass es sowohl von den Abgeordneten wie auch von der Regierung großen Mutes bedurfte, ein Gesetz zu verabschieden (bei einer Gegenstimme und fünf Enthaltungen), das den Buchstaben nach¹⁶¹ beispielhaft auch für die anderen sozialistischen Länder sein dürfte.“ (Mrowka 1984 : 21) Im Pressegesetz befassten sich mehrere Artikel mit den Aufgaben des Zensors, des Hauptamtes für Kontrolle der Presse, Publikationen und Veranstaltungen. In Übereinstimmung mit dem bereits im Jahre 1981 verabschiedeten Zensur-Gesetz hieß es in Artikel 19, dass die Aufnahme einer Pressetätigkeit einer Genehmigung bedurfte, die schriftlich beim Hauptkontrollamt beantragt werden musste. Zugleich wurde auch die präventive Zensur im Presserecht verankert. Zu den wichtigsten Aufgaben der Zensurbehörde gehörte die unmittelbare präventive Kontrolle aller journalistischen Produkte (vgl. Peter 1990 : 307; Sobczak 1999 : 26).

¹⁶¹ Der Artikel 1 des Gesetzes lautete beispielsweise folgendermaßen: „Die Presse genießt gemäß der Verfassung der Volksrepublik Polen die Freiheit des Wortes und Druckes, sie realisiert das Informationsrecht und das Mitwirkungsrecht der Bürger am öffentlichen Leben, sie festigt die verfassungsmäßige Staatsform der Volksrepublik Polen ...“. (Prasa korzysta zgodnie z Konstytucją Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej z wolności słowa i druku, realizuje prawo obywateli do informacji i oddziaływania na bieg spraw publicznych, umacnia konstytucyjny ustrój Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej ...). (Prawo 1984 : 45)

Kapitel IV: Transformationsbeginn und der veränderte Rechtsrahmen

1. Der ausgehandelte Medien-Kompromiss

Als am 6. Februar 1989 die kommunistischen Machthaber mit dem oppositionellen Bürgerkomitee am berühmt gewordenen *Runden Tisch* in den Dialog traten, fiel gleichzeitig der Startschuss für den künftigen Medienwandel in Polen. Am 17. Februar 1989 trafen die Mitglieder der Untergruppe Massenmedien erstmals zusammen, um über das zukünftige polnische Mediensystem zu diskutieren. Die Gruppe umfasste insgesamt 35 Personen, welche einerseits die amtierende Regierungs-Koalition, andererseits die Mitglieder der *Solidarność* repräsentierten. „This was not an ad hoc selected workers’ striking committee led by an electrician, [...], but a deliberately selected group of seasoned, hardened, and long-term political oppositionists. They faced an equally canny government team, composed of the best reform-minded party intellectuals.“ (Goban-Klas 1994 : 206)

Zur Gruppe der Vertreter der Regierungs-Koalition gehörten der Regierungssprecher Jerzy Urban sowie Spitzenfunktionäre der Propaganda-Abteilungen der PVAP und ihrer Koalitionspartner. Sprecher dieser Gruppe war Bogdan Jachacz, Chef der Polnischen Presse-Agentur (*PAP*). Zu den oppositionellen Vertretern zählten polnische Intellektuelle, darunter der spätere Premierminister Tadeusz Mazowiecki, der bekannte Dissident Adam Michnik sowie Vertreter von Laiengruppen der katholischen Kirche und des Episkopats. Deren Sprecher war Krzysztof Kozłowski, stellvertretender Chefredakteur der in Krakau herausgegebenen katholischen Wochenzeitung *Tygodnik Powszechny* (vgl. *Okrągły* 1989 : 58ff.; *Salmonowicz* 1989 : 82; *Goban-Klas* 1994 : 206f.).

Nach sieben Sitzungen der Untergruppe Massenmedien wurde am 22. März 1989 der Abschlussbericht vorgestellt, in dem die Ergebnisse der Beratungen zusammengefasst worden waren. Die Kernaussagen dieses Berichts, insbesondere die Betonung der ungehinderten Beteiligung am gesellschaftlichen Kommunikationsprozess, spiegeln wider, welche große Bedeutung die Konzepte und Überlegungen polnischer Dissidenten, die auf die Schaffung eines Systems *gesellschaftlicher* Medien zielten, in den Diskussionen dieser Untergruppe hatten. An diesem Punkt der Abkehr von der alten Ordnung und dem Versuch der Erneuerung der Kommunikationsordnung spielten basisdemokratische Elemente eine zentrale Rolle. Als eine Schlüsselaussage des Abschlussberichts gilt die folgende Feststellung: „Das in Polen existierende System der gesellschaftlichen Kommunikation ist veraltet und ungeeignet angesichts der anstehenden Veränderungen. [...] 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, was die Aufhebung der Zensur voraussetzt.¹⁶² (Salmonowicz 1989 : 71)

Die Untergruppe stellte weiterhin fest, dass Massenmedien *gesellschaftliche* Kommunikationsmittel seien und aus diesem Grunde folgende Funktionen wahrnehmen sollten (vgl. *Okrągły* 1989 : 180f.; Salmonowicz 71):

- Sie sollten redlich, umfassend und objektiv informieren.
- In den Medien sollten alle gesellschaftlichen Meinungen sowie die Positionen aller politischen und sonstigen Gruppierungen Ausdruck finden. Auch jene Anschauungen und Forderungen, die nicht von allen Seiten geteilt würden, sollten Berücksichtigung finden.
- Sie sollten eine breite Kontrollfunktion über die Machthaber ausüben und Bürgerrechte sowie individuelle Interessen schützen.
- Im Geist der Übereinkunft am *Runden Tisch* sollten sie helfen, die gesellschaftlichen Vereinbarungen durch alle Seiten einzuhalten und Konflikte und Spannungen aufzudecken und zu schlichten.
- Sie sollten an demokratischen Reformen mitwirken.

Die Mitglieder der Untergruppe betonten, dass die Realisierung dieser Forderungen eine Frage der Zeit sei und dass die getroffenen Vereinbarungen nur als ein *erster Schritt* betrachtet werden sollten. Die im Abschlussbericht aufgeführten Feststellungen stellten im Frühjahr 1989, als noch niemand ein rasches Ende des Kommunismus in Polen erwartete, einen beinahe sensationellen Erfolg des oppositionellen Bürgerkomitees dar. Genauso wie die Vereinbarungen, die auf allgemeine Reformen zielten, stellten die medienbezogenen Vereinbarungen einen Kompromiss zäher Verhandlungen zwischen der Regierungskoalition und der *Solidarność*-Opposition dar. Generell ist festzuhalten, dass es im Bereich der Presse wesentlich einfacher war, einen Konsens zu erreichen als bei den elektronischen Medien. Je mehr Zugeständnisse die amtierende kommunistische Regierung im Bereich der Presse machte, desto wichtiger erschien ihr der Rundfunk als die letzte Bastion ihrer medienpolitischen.

Die Verhandlungspartner der Untergruppe Massenmedien einigten sich auf folgende konkrete Maßnahmen, die den Beginn des Transformationsprozesses in den polnischen Medien markieren (vgl. Salmonowicz 1989 : 72): Beide Seiten erkannten an, dass durch die Registrierung der Gewerkschaft *Solidarność* und der Gewerkschaft Individueller Landwirte (*Związek Zawodowy Rolników Indywidualnych*) die formellen Bedingungen für die Entstehung einer gewerkschaftlichen Presse geschaffen werden sollten. Dies sollte insbesondere für die überregionalen Wochenzeitungen *Tygodnik Solidarność* und *ZZRI Solidarność* gelten.

¹⁶² „Istniejący w Polsce system komunikacji społecznej jest przestarzały i nieodpowiedni wobec zachodzących przemian. [...] Stwierdzamy konieczność szybkiej budowy nowego ładu informacyjnego, który musi odzwierciedlać istniejący w społeczeństwie pluralizm, odpowiadać procesom demokratyzacji oraz odrzucać wszelki monopol w tej dziedzinie. Celem nowego ładu winna być możliwość wolnego udziału podmiotów politycznych, grup i jednostek we wszystkich formach komunikacji społecznej, czego jednym z warunków jest zniesienie cenzury.“

Weiterhin wurde vereinbart, dass vor den für Juni 1989 angesetzten *halbfreien* Wahlen Bürgerkomitee-nahe Gruppen eine Wahl-Zeitung, die *Gazeta Wyborcza*, herausgeben dürfen sollten. Nach den Wahlen sollte diese Wahl-Zeitung bestehen bleiben und in eine überregionale Tageszeitung umgewandelt werden. Bis zur Einführung eines freien Papier-Marktes sollte das Papier für diese Publikationen aus den staatlichen Reserven zugeteilt werden. Bei der Verteilung der Papier-Reserven sollte berücksichtigt werden, dass eine bestimmte Menge Papier für eventuell neu entstehende Publikationen reserviert werden sollte. Die Bemühungen verschiedener gesellschaftlicher und politischer Gruppen, eigene Presseorgane zu besitzen, sahen die Mitglieder der Untergruppe Massenmedien als begründet und notwendig an, da eine Vielfalt unterschiedlicher Publikationen ein wichtiges Element des anzustrebenden Pluralismus darstellen würde.

Im Hinblick auf presserechtliche Bestimmungen war sich die Untergruppe einig, dass die bisherige Praxis geändert werden sollte: Statt der bisherigen Konzessionierungspflicht zur Herausgabe von Publikationen sollten Presseprodukte künftig lediglich registriert werden müssen. Die Regierungs-Koalition und die *Solidarność*-Opposition einigten sich ferner auf folgende konkrete Bestimmungen, die in ein neues Presserecht einfließen sollten (vgl. Salmonowicz 1989 : 72 ff.):

- Registrierungs-Anträge sollten dann abgelehnt werden können, wenn die Vorschriften des Presserechts oder des Titelschutzes einer schon bestehenden Publikation verletzt oder die Kriterien, die den Posten des Chefredakteurs betrafen, nicht erfüllt werden.
- Eine bereits genehmigte Registrierung sollte ihre Gültigkeit verlieren, wenn das Presserecht systematisch oder gravierend verletzt wird. Bevor eine Registrierung ihre Gültigkeit verliert, sollte die betroffene Publikation ein Verwarnungsschreiben bekommen.
- Die Registrierung einer Zeitung sollte ihre Gültigkeit verlieren, wenn die Zeitung innerhalb eines Jahres nicht erscheint oder Erscheinungspausen von über einem Jahr aufgetreten.
- Chefredakteur einer Publikation sollte rechtsfähig und polnischer Staatsbürger sein. Vom Posten des Chefredakteurs sollten Personen ausgeschlossen werden, die innerhalb der letzten zehn Jahre wegen eines Kapitalverbrechens verurteilt wurden oder innerhalb der letzten drei Jahre Verfehlungen gegenüber den grundlegenden politischen und wirtschaftlichen Interessen Polens begangen haben. Das Verbot sollte ebenfalls für Personen gelten, die entweder eine Straftat aus niederen Motiven begangen haben oder aufgrund von Straftaten schon mindestens dreimal verurteilt wurden.
- Die Organisation einer Redaktion, die Redaktionslinie und ihr Programm sollten in einer Redaktions-Satzung oder einem Redaktionsstatut festgehalten werden.

Ein wichtiges Thema der Beratungen der Untergruppe Massenmedien stellte außerdem die Schaffung normaler Arbeitsbedingungen für die Untergrundpresse, die manchmal auch als *Presse des zweiten Umlaufs* bezeichnet wurde, dar. Beide Seiten stimmten überein, dass hierfür eine Novellierung des

Pressegesetzes und des so genannten Zensur-Gesetzes¹⁶³ dringend notwendig war. Die *Solidarność*-Vertreter vertraten die Ansicht, dass gegenüber Untergrund-Publikationen keine Repressalien ausgeübt werden dürften. Die Regierungs-Vertreter vertraten die Auffassung, dass die Untergrundpresse nach Schaffung normaler Arbeitsbedingungen in Übereinstimmung mit dem geltenden Recht arbeiten sollte. Im Rahmen einer Diskussion über die Situation der Papierproduktion und des grafischen Gewerbes stellten die *Solidarność*-Vertreter fest, dass sich das postulierte neue pluralistische und demokratische Pressesystem nicht mit den bisherigen monopolistischen Strukturen der Arbeiterverlagsgenossenschaft *RSW Prasa-Książka-Ruch* vereinbaren lasse (Salmonowicz 1989 : 76ff.).

Im Bereich elektronischer Medien waren die oppositionellen Vertreter weniger erfolgreich. Sie hatten einen dreistufigen Plan zur Reform des Rundfunks vorgeschlagen. Demzufolge sollten zunächst unabhängige Redaktionen der *Solidarność* in den staatlichen Rundfunkmedien angesiedelt werden, um auf diesem Wege eine ausgewogenere Berichterstattung sicherzustellen. Zweitens sollte einer der beiden staatlichen Fernseh-Kanäle sowie einer der vier staatlichen Hörfunk-Programme der Opposition überlassen werden. Drittens sah das Konzept der *Solidarność* vor, anstelle des staatlichen Radio- und Fernsehkomitees einen Nationalen Rundfunkrat zu bilden, der sich aus Repräsentanten gesellschaftlich relevanter Gruppen zusammensetzen sollte (vgl. Salmonowicz 1989 : 80; Sparks/Reading 1994 : 254; Goban-Klas 1994 : 208).

Leitmotiv der Forderungen im Rundfunkbereich war das bereits Anfang der achtziger Jahre entwickelte Konzept¹⁶⁴ der Vergesellschaftlichung der Medien. „They called for participation (not simply access) of all political, economic, and social orientations in shaping the media system.“ (vgl. Goban-Klas 1994 : 207) Die Zugeständnisse der Regierungs-Koalition lagen weit hinter den Forderungen der *Solidarność* zurück: Der Kompromiss sah lediglich vor, dass die *Solidarność* innerhalb des staatlichen Rundfunks autonome Produktionseinheiten betreiben und pro Woche ein 30 Minuten langes eigenständiges, allerdings zensiertes Programm im staatlichen Polnischen Fernsehen und ein einstündiges, ebenfalls zensiertes Programm im staatlichen Polnischen Radio ausstrahlen dürfen sollte (vgl. Salmonowicz 1989 : 78; Mielczarek 1998 : 34). „This was seemingly not a big gain, but, nevertheless, it broke total monopoly over the broadcast media.“ (vgl. Goban-Klas 1994 : 208)

Im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung des polnischen Rundfunks konnten sich die Verhandlungspartner der Untergruppe Massenmedien nur auf sehr vage Formulierungen einigen. Zum einen wurde festgestellt, dass Fernseh- und Radioprogramme die zahlreichen unterschiedlichen Meinungen und Anschauungen, die in Polen existierten, wiedergeben sollten – dies sollte insbesondere für wichtige, kontroverse Angelegenheiten gelten. Zum anderen sollte sich die Personalpolitik des staatlichen Rundfunkkomitees ändern, und zwar analog zu den demokratischen Veränderungen, die in Polen stattfinden

¹⁶³ Gesetz über die Kontrolle von Presse, Publikationen und Veranstaltungen.

¹⁶⁴ Wie im Kapitel III, Abschnitt 4 erwähnt, hatte die *Solidarność* auf ihrem ersten Landeskongress im Jahre 1981 den Zugang zum Rundfunk gefordert und im 33. Programmabschluss die These aufgestellt, dass „gesellschaftliche Kommunikationsmittel Eigentum der Gesellschaft sind und der ganzen Gesellschaft dienen und unter ihrer Kontrolle stehen sollen“ (Jakubowicz 1999 : 162).

würden. Schließlich einigte sich die Untergruppe Massenmedien auf die ebenfalls vage Zielsetzung, dass polnische Rundfunkmedien zukünftig *offener* werden sollten, was konkret bedeutet haben dürfte, dass neue Akteure Zugang zum Rundfunk bekommen sollten (vgl. Salmonowicz 1989 : 78).

In Bezug auf Zensurbestimmungen trafen die Vertreter der Untergruppe Massenmedien ebenfalls zahlreiche Vereinbarungen. Dabei handelte es sich in erster Linie um Vorschläge, wie das Gesetz über die Kontrolle von Publikationen und Veranstaltungen (*Ustawa o kontroli publikacji i widowisk*) geändert werden könnte. Beispielsweise sollten Formulierungen wie *Staatsgefährdung* oder *Gefährdung der Verteidigungsbereitschaft* aus diesem Gesetz gestrichen werden und in anderen Rechtsvorschriften Eingang finden. Im Bereich der präventiven Zensur einigten sich die Verhandlungspartner darauf, dass Lehrbücher und didaktische Publikationen für Schulen, Lehr- und Forschungsinstitute oder Einrichtungen der Polnischen Akademie der Wissenschaften keiner präventiven Zensur unterliegen sollten. Was Veröffentlichungen von politischen Organisationen, Gewerkschaften oder anderen gesellschaftlichen Gruppen anbelangte, konnte kein Konsens gefunden werden. Die Regierungs-Koalition plädierte für eine Vorschrift, derzufolge diese Publikationen weiterhin einer präventiven Zensur unterliegen sollten. Die Opposition forderte dagegen, dass diese Veröffentlichungen von der Zensur befreit werden müssten. Mehr Erfolg verzeichnete das Bürgerkomitee bei Publikationen und audiovisuellen Medien aus dem Ausland, deren Einfuhr und Verbreitung polnischen Staatsbürgern bis dahin verboten war. Beide Seiten einigten sich auf eine Abschaffung dieses Verbots (vgl. Salmonowicz 1989 : 75).

Als Fazit der Vereinbarungen der Untergruppe Massenmedien kann die folgende Feststellung des Abschlussberichts gelten: „Beide Seiten haben die Notwendigkeit erkannt, den Verbotskatalog einzuschränken, um die Meinungsfreiheit und demokratische Freiheit zu vergrößern sowie um Grundlagen zu schaffen, die den Funktionsablauf unabhängiger Verlage und Publikationen erleichtern.“¹⁶⁵ (Salmonowicz 1989 : 76) Als Ziel für die Zukunft formulierte die Untergruppe Massenmedien weitere Änderungen des Gesetzes über die Kontrolle von Publikationen und Veranstaltungen, wobei das gegenwärtige Zensur-Modell schrittweise aufgegeben werden sollte (vgl. Salmonowicz 1989 : 74).

¹⁶⁵ „Strony – w celu poszerzenia wolności słowa i swobód demokratycznych, a także stworzenia warunków ułatwiających funkcjonowanie niezależnych wydawnictw i pism – uznały potrzebę dalszego ograniczenia katalogu zakazów.“

2. Die Medienfreiheit nimmt Konturen an: Die Abschaffung der Zensur und weitere Rechtsakte

Die Ergebnisse der Untergruppe Massenmedien bei den Beratungen am Runden Tisch leiteten ab Frühjahr 1989 einen stufenweisen strukturellen Wandel der polnischen Massenmedien ein. Die Abkehr von der alten Ordnung erfolgte nicht radikal, sondern Schritt für Schritt. Der stufenweise Transformationsmodus beruhte auf zwei Tatsachen:

1. Die am Runden Tisch getroffenen Vereinbarungen stellten einen Kompromiss zwischen den Interessen der kommunistischen Partei und ihrer Bündnispartner sowie der *Solidarność* und der mit der Gewerkschaftsbewegung verbundenen Bürgerkomitees dar
2. Es existierten Reformblockaden, weil der Regierung des ersten nichtkommunistischen Premierministers Mazowiecki bis Sommer 1990 auch Vertreter der kommunistischen Partei (und später ihrer Nachfolgepartei¹⁶⁶) sowie Vertreter der Blockparteien *ZSL* und *SD* angehörten.

Knapp zwei Monate nach Abschluss der Gespräche der Untergruppe Massenmedien bestätigten zunächst die Sejm-Kommissionen für Verwaltung, innere Angelegenheiten, Rechtsprechung sowie für gesetzgebende Arbeiten am 17. Mai 1989 auf einer gemeinsamen Sitzung die von der Untergruppe vorgeschlagene Ergänzung des Gesetzes über die Kontrolle von Publikationen und Veranstaltungen und beurteilten sie positiv. Die geplante Novellierung sollte insbesondere die Möglichkeiten erweitern, die in der Verfassung der Volksrepublik Polen verankerte Freiheit des Wortes und Druckes zu nutzen. Vorgesehen war ferner, den Verbotskatalog der Zensurbestimmungen, insbesondere die präventive Zensur, schrittweise einzuschränken (vgl. *Nowelizacja* 1989).

Es verging allerdings fast ein Jahr, bis neue Bestimmungen rechtswirksam wurden. Die konkreten Arbeiten an einem neuen Pressegesetz und dem Zensur-Gesetz wurden erst im Herbst 1989 aufgenommen, nachdem Tadeusz Mazowiecki als erster nichtkommunistischer Premierminister das Regierungsgeschäft übernommen hatte¹⁶⁷. Am 11. April 1990 verabschiedete der Sejm schließlich ein neues Pressegesetz und schaffte gleichzeitig das Hauptamt für die Kontrolle der Presse, Publikationen und Veranstaltungen und somit jegliche Art von Zensur ab (vgl. *Ustawa* 1990b; *Prawo* 1984d). Die polnische Rechtsexpertin Izabela Dobosz (1999 : 73) bezeichnete diesen Akt als ein „epochales Ereignis“. Der polnische Rechtstheorie- und Rechtsphilosophie-Professor Wojciech Sadurski (1996 : 439) urteilte ähnlich: „The abolition of censorship in April 1990 was one of the most significant symbols of Poland’s transition from communism to democracy.“

¹⁶⁶ Die PVAP hatte sich im Januar 1990 selbst aufgelöst. Ein großer Teil ihrer Mitglieder gründete einen Tag später die Partei Sozialdemokratie der Republik Polen (*Socialdemokracja Rzeczypospolitej Polskiej/SdRP*) (vgl. Bachmann 1991a : 5; Bingen 1998 : 65).

¹⁶⁷ In seiner ersten Regierungserklärung räumte Mazowiecki der Aufhebung des kommunistischen Informationsmonopols Priorität ein (vgl. Hoensch 1990 : 350 f.).

Die formale Abschaffung der Zensur besiegelte eine längst gängige Praxis: Bis Frühjahr 1990 war die Zensur nämlich praktisch von selbst zum Erliegen gekommen, da die Redaktionen einfach aufgehört hatten, ihre Texte den Zensurbehörden vorzulegen. Die Mitarbeiter des einst so machtvollen Hauptamtes waren wiederum mehr damit beschäftigt, die Spuren ihrer früheren Tätigkeit zu verwischen, als dass sie die Presse tatsächlich effektiv kontrolliert haben (vgl. Pisarek 1999 : 136; Bikont 1990j; Sadurski 1996 : 439). Die neuen Freiheiten machten sich spätestens nach der Regierungsübernahme durch Tadeusz Mazowiecki bemerkbar. „Das war schon eine völlig andere Presse – gänzlich publizistisch“¹⁶⁸, urteilte die polnische Medienwissenschaftlerin Alina Słomkowska (1996 : 29) über die politische Ausrichtung, die Vielfalt der Gattungen sowie die Qualität der journalistischen Beiträge, die im Frühjahr 1990 in der polnischen Presse anzutreffen waren¹⁶⁹.

Bei dem neuen Pressegesetz von 11. April 1990 handelte es sich keineswegs um ein gänzlich neu geschaffenes Gesetzeswerk, sondern vielmehr um eine überarbeitete Fassung des Pressegesetzes vom 26. Januar 1984. 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 die Meinungsfreiheit und realisiert das Recht der Bürger, redlich informiert zu werden, sie macht das öffentliche Leben bekannt und übt gesellschaftliche Kontrolle und Kritik aus.“¹⁷⁰ (*Prawo* 1984d). Damit wurde die Meinungs- und Pressefreiheit erstmals formal-rechtlich garantiert.

Die Tatsache, dass kein neues Pressegesetz erarbeitet worden war, sondern nur das Gesetz von 1984 überarbeitet wurde, stieß in der polnischen Öffentlichkeit auf Kritik. Es wurde bezweifelt, ob ein in der kommunistischen Ära entworfenes Gesetzeswerk prinzipiell eine geeignete Basis darstellte, um die Arbeit von Journalisten und Medien in einem freien, demokratischen Polen zu regeln (vgl. Bikont 1990j; Słomkowska 1996 : 25). Für die Entwicklung des polnischen Pressemarktes war die Novellierung des Presserechts von großer Bedeutung und zwar deshalb, weil dadurch die Lizenzierungspflicht für Tageszeitungen und Zeitschriften aufgehoben wurde. Seit Frühjahr 1990 müssen polnische Publikationen lediglich bei den zuständigen Woiwodschaftsgerichten registriert werden. Die ehemals existierenden Beschränkungen für die Gründung und Verbreitung von Publikationen wurden somit abgeschafft (vgl. Dobosz 1999 : 73).

¹⁶⁸ „To już była zupełnie inna prasa – w pełni publicystyczna.“

¹⁶⁹ Der publizistische Wandel beruhte nicht nur auf der Tatsache, dass langjährige Redakteure die neuen Freiheiten auszukosten begannen, sondern auch darauf, dass ab Herbst 1989 viele Journalisten, die nach Verhängung des Kriegsrechts entlassen worden waren, in die polnischen Medien zurückkehrten und auch gänzlich neue Mitarbeiter dazu stießen (vgl. Słomkowska 1996 : 28f.).

¹⁷⁰ „Prasa, zgodnie z Konstytucją Rzeczypospolitej Polskiej, korzysta z wolności wypowiedzi i urzeczywistnia prawo obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli i krytyki społecznej.“

Das aus der Zeit der Volksrepublik Polen stammende, 1990 novellierte und danach in den Jahren 1991, 1996, 1997, 1999 und 2001 mit Ergänzungen¹⁷¹ versehene Pressegesetz ist auch heute noch in Kraft. Auf der einen Seite umfasst es die allgemeinen Prinzipien der Ausübung des journalistischen Berufes und richtet sich somit an alle polnischen Journalisten und Medien. Beispielsweise regelt das Presserecht den Zugang von Journalisten zu Informationen sowie die Veröffentlichung von Gegendarstellungen und öffentlichen Bekanntmachungen. Auf der anderen Seite regelt es die Prinzipien verlegerischer Aktivitäten und betrifft somit explizit Zeitungen und andere Print-Produkte (vgl. *Prawo* 1984d).

In den neunziger Jahren und auch darüber hinaus wurde in Politikerkreisen, unter Medienrechtlern und Journalisten immer wieder diskutiert, ob und inwieweit ein neues Presserecht notwendig sei. Alle Gesetzesprojekte und -initiativen, die auf ein gänzlich neues Presserecht zielten, konnten bis zum Jahre 2001 jedoch nicht realisiert werden. Am weitesten gediehen ist das von der Freiheitsunion (*UW*) vorbereitete Projekt *Presserecht – Gesetz über die Pressefreiheit*¹⁷². Das Gesetzesprojekt gelangte sogar in den Sejm, wo es Ende August 1996 in der dritten Lesung mit 252 Gegenstimmen abgelehnt wurde, dafür hatten sich lediglich 107 Abgeordnete ausgesprochen. Vor allem in Journalisten- und Verlegerkreisen wurden die verschiedenen Initiativen, ein neues Presserecht einzuführen, sehr skeptisch betrachtet. Journalisten und Verleger sind im Grunde genommen mit dem bestehenden Status quo nicht unzufrieden, weil das 1990 novellierte Presserecht relativ wenige Regulierungen enthält. Unter Journalisten und Verlegern existiert viel mehr die Sorge, dass ein neues Presserecht mehr Ge- und Verbote als Freiheiten enthalten würde¹⁷³. Beispielsweise wird befürchtet, dass ein neues Pressegesetz den Anteil des ausländischen Kapitals in der polnischen Presse beschränken oder den Zugang zum Beruf regulieren könnte (vgl. Dobosz 1999 : 74f.; Sobczak 1999 : 56; Jakubowska 1996). „Journalisten und Verleger brennen auch nicht darauf, dass das Presserecht verändert wird, weil Politiker, die sich des Presserechts annehmen, es eher kaputt machen als verbessern.“¹⁷⁴ (Gluza 1999a : 38)

Der Novellierung des Pressegesetzes und der Abschaffung der Zensur folgten weitere Rechtsakte, die konsequenterweise auf die Zerschlagung bestehender Monopole zielten. Dazu gehören: Das Gesetz vom 22. März 1990 über die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft (*RSW*)¹⁷⁵; das neue Fernmeldegesetz¹⁷⁶ vom 23. November 1990, das das Staatsmonopol im Rundfunkbereich abschaffte; das bereits am 28. Dezem-

¹⁷¹ Hierbei handelt es sich um das Gesetz vom 6. November 1991 zur Finanzkontrolle; das Gesetz vom 26. September 1996 zur Änderung des Zivilrechts; das Gesetz vom 2. August 1997 zu den Bestimmungen zur Einführung des Strafrechts; das Gesetz vom 7. Oktober 1997 zu den Bestimmungen zur Einführung eines Landeszentralregisters; das Gesetz vom 8. November 1999 zur polnischen Sprache; sowie das Gesetz vom 20. September 2001 zum Zugang zu öffentlichen Informationen (vgl. *Prawo* 1984e, *Prawo* 1984f, *Prawo* 1984g, *Prawo* 1984h, *Prawo* 1984i, *Prawo* 1984j).

¹⁷² *Prawo prasowe – ustawa o wolności prasy*.

¹⁷³ Diese Bedenken äußerte beispielsweise Ernest Skalski, stellvertretender Chefredakteur der Zeitung *Gazeta Wyborcza*, bei der Vorstellung des Buches *Media i Dziennikarstwo w Polsce* in Warschau am 20. Juni 1996.

¹⁷⁴ „Dziennikarze i wydawcy też się do zmian nie palą, bo gdy politycy wezmą się za prawo prasowe, raczej je zepsują, niż poprawią.“

¹⁷⁵ Siehe hierzu Kapitel V, Abschnitt 1.2.

¹⁷⁶ Das Fernmeldegesetz regelt Fragen der Installation und Nutzung von Netzen und Anlagen, die der Verbreitung von Rundfunkprogrammen dienen.

ber 1989 verabschiedete Zollgesetz, das das Einfuhrverbot für ausländische Publikationen aufhob; das am 29. Dezember 1992 verabschiedete Rundfunkgesetz¹⁷⁷, das die Etablierung einer neuen Rundfunkordnung ermöglichte; sowie schließlich das Gesetz über die Polnische Presse-Agentur (*PAP*) vom 31. Juli 1997 (vgl. Dobosz 1999 : 73 f.).

Obwohl Pressefreiheit in Polen bereits Mitte 1989 zu existieren begann, wurde sie erst 1997 verfassungsmäßig verankert. In der neuen großen Verfassung, die am 17. Oktober 1997 in Kraft trat, ist in Artikel 14 festgehalten: „Die Republik Polen gewährleistet die Freiheit der Presse und anderer Mittel der gesellschaftlichen Kommunikation.“ Weiterhin steht im Artikel 54: „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. Durch das Gesetz kann das Betreiben einer Radio- oder Fernsehanstalt von der vorherigen Erlangung einer Erlaubnis abhängig gemacht werden.“ (*Verfassung* 1997 : 7 u. 19 f.)

Zusammenfassend betrachtet, kann man festhalten, dass in Polen nicht nur die rechtlichen Grundlagen für die Ausübung der Pressefreiheit geschaffen worden sind, sondern diese seit Ende der achtziger Jahre Pressefreiheit faktisch existiert. Vor allem der Pressebereich ist weitestgehend liberalisiert worden, wobei eindeutig mehr Deregulierungen als Regulierungen vorgenommen worden sind. Die Gesetzeslage sah bis zum Jahre 2001 praktisch keinerlei Beschränkungen für die Entwicklung des polnischen Pressemarktes vor, was einerseits als sehr positiv betrachtet wurde, andererseits allerdings auch bedeutete, dass kaum Schutzmechanismen existierten, um mögliche Medienkonzentrationstendenzen oder eine Dominanz ausländischen Kapitals auf dem polnischen Pressemarkt zu verhindern. Diese rechtliche Lücke wurde im Jahre 2001 zum Teil geschlossen. Am 1. April 2001 trat das Gesetz über den Schutz des Wettbewerbs und der Verbraucher¹⁷⁸ in Kraft, was zur Gründung einer entsprechenden Behörde¹⁷⁹ führte, die mit dem Bundeskartellamt verglichen werden kann (vgl. *Ustawa* 2000). Kraft Gesetz ist diese Behörde befugt, wettbewerbsbeschränkende Praktiken sowie die Ausnutzung einer dominanten Marktposition zu verbieten und zu bestrafen. Konzentrationsvorhaben, bei denen Unternehmen beteiligt sind, die im Vorjahr einen Jahresumsatz von mehr als 50 Millionen Euro erwirtschaftet haben, müssen dem Vorsitzenden des polnischen Kartellamtes gemeldet werden (Art. 12. 1). Die Meldepflicht gilt ebenfalls für Übernahmeverhaben von Anteilen eines anderen Unternehmens, wenn dadurch mehr als 25 Prozent der Gesamtanteile erworben werden (Art. 12.3.1). Laut Art. 19. 1. kann der Vorsitzende des Amtes zum Schutze des Wettbewerbs und der Verbraucher Konzentrationsvorhaben verbieten, wenn dadurch eine dominierende Marktposition geschaffen oder gestärkt wird (vgl. *Ustawa* 2000).

¹⁷⁷ Siehe hierzu Kapitel VI, Abschnitt 1.4.

¹⁷⁸ *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów.*

¹⁷⁹ Es handelt sich hierbei um das Amt zum Schutze des Wettbewerbs und der Verbraucher (*Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów/UOKiK*).

Im Gegensatz zur Situation in der Presse, die sich bis 2001 durch weit reichende Liberalisierung auszeichnete, sieht die Situation im Rundfunksektor anders aus. 1993 trat ein neues Rundfunkgesetz in Kraft, das eine ganze Reihe regulierender Bestimmungen¹⁸⁰ enthält.

¹⁸⁰ Vgl. hierzu Kapitel VI, Abschnitt 1.4.

3. Pressefreiheit in Polen

Laut dem polnischen Medienexperten Wiesław Sobczak (1999 : 36) und der polnischen Rechtsexpertin Izabela Dobosz (1999 : 75) existiert in Polen keine *absolute* Pressefreiheit. Das polnische Recht garantiert aber die in vielen anderen Ländern anzutreffende *formale* Pressefreiheit. Das bedeutet, dass Pressefreiheit auf der Grundlage gesetzlicher Regelungen, welche internationalen Rechtsnormen¹⁸¹ entsprechen, begrenzt werden darf. Dazu zählen unter anderem die Bestimmungen des Strafgesetzbuches, des Zivilrechts sowie des Staats- und Dienstgeheimnisses.

Es herrscht allgemein Konsens, dass die gesetzlich garantierte formale Pressefreiheit in Polen *de facto* existiert und auch ausgeübt wird. Das wird in internationalen Untersuchungen, darunter dem Index zur Situation der Pressefreiheit von Reporter ohne Grenzen oder der Studie *Press-Freedom-Survey*, bestätigt. Bei dem aktuellen Pressefreiheits-Index 2001-2002, der insgesamt 139 Länder umfasst, rangiert Polen gleich hinter Spanien und zehn Plätze vor Italien auf Rang 30¹⁸² (vgl. *How Free* 2001 : 39).

Regelmäßig kritisiert werden allerdings die in Polen geltenden Bestimmungen des Strafgesetzbuches und des Gesetzes über Staatsgeheimnisse. Thematisiert wird dies sowohl in der polnischen Fachdiskussion als auch in verschiedenen internationalen Berichten, darunter der Studie *Press-Freedom-Survey 2001* oder dem Bericht des U.S. State Department zum Stand der Menschenrechte (vgl. Sadurski 1996 : 456; *How Free* 2001 : 39; Czerwińska 2001; *Poland* 1996c)¹⁸³. Im regelmäßigen Bericht der EU-Kommission über die Fortschritte Polens auf dem Weg zum Beitritt für das Jahr 2000 heißt es beispielsweise: Es „ist Besorgnis laut geworden, dass die Bestimmungen des Strafgesetzbuchs gegen die ‚Verleumdung und Beleidigung‘ von Staatsorganen gelegentlich das Recht auf freie Meinungsäußerung eingeschränkt haben. Die Verleumdung und Beleidigung von Politikern und Staatsbediensteten wird mit einer höheren Strafe bedroht als im Falle des Normalbürgers. Diese Bestimmung steht nach Ansicht einiger Beobachter im Widerspruch zu dem in der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes für Menschenrechte verankerten Grundsatz, dem zufolge der Bürger höchsten Schutz vor Beleidigung genießen muss“ (*Regelmäßiger* 2000 : 21). Bis 2001 hatte sich an dieser Situation nichts geändert (vgl. *Regelmäßiger* 2001 : 26).

Generell ist festzuhalten, dass es trotz garantierter und bestehender Pressefreiheit alle polnischen postkommunistischen Regierungen auf verschiedene Weise versucht haben, auf die heimischen Medien Einfluss auszuüben.¹⁸⁴ Insbesondere der Umgang der seit Herbst 2001 amtierenden Links-Regierung mit den Medien gilt als problematisch. Sowohl in Polen als auch international wird der Regierung von Premierminister Leszek Miller vorgeworfen, dass sie auf diejenigen Medien, die direkt oder indirekt mit dem Staat verbunden sind, Druck ausübe¹⁸⁵ (vgl. Roser 2002 : 21; Tewes 2002 : 26). In einem Gutachten für den

¹⁸¹ Dazu gehören beispielsweise die Menschenrechtskonvention, die Konvention des Europarates zum Schutz der Menschenrechte und Grundfreiheiten etc.

¹⁸² Vgl. hierzu: www.reporter-ohne-grenzen.de/cont_dateien/indpres.php, Stand 8. Dezember 2002.

¹⁸³ Vgl. auch URL: www.state.gov/7g7drl7rls7hrrpt720017eur78321.htm, Stand: 27. August 2002.

¹⁸⁴ Dies wird in den Kapiteln V und VI ausführlich dargestellt.

¹⁸⁵ Vgl. hierzu Kapitel V, Abschnitt 2.2.1.: die Einflussnahme auf die Zeitung *Rzeczpospolita*.

Weltverlegerverband WAN und den Europäischen Zeitungsverleger-Verband ENPA stellte der niederländische Medienrechtsprofessor Egbert Dommering (Universität Amsterdam) fest, dass „Polens Regierung [...] alle möglichen straf- und zivilrechtlichen Mittel ein[setze], um ihre Kontrolle über die heimischen Medien zu vergrößern“ (Roser 2002 : 21). Beide Verbände sahen Polens Pressefreiheit in Gefahr und appellierten an die höchsten EU-Repräsentanten (vgl. *European* 2002).

Bis zum Jahre 2001 wurden in Polen einige hundert Prozesse gegen Journalisten angestrengt und es hat auch mehrere Prozesse gegeben, bei denen Politiker gegen Journalisten, aber auch gegen Privatpersonen geklagt haben. Das prominenteste Beispiel ist der Prozess, den Präsident Aleksander Kwaśniewski gegen die Zeitung *Życie* angestrengt hat. Die Warschauer Zeitung hatte 1997 in einer Artikelserie behauptet, dass Kwaśniewski im Jahre 1994 seinen Urlaub im gleichen Ostsee-Kurort verbracht hatte wie der KGB-Offizier Władimir Alganow. Kwaśniewski klagte wegen Verleumdung und verlangte eine Entschuldigung sowie einen Schadenersatz in Höhe von 2,5 Millionen neue Polnische Złoty¹⁸⁶. Diese Summe wollte er den Opfern der Oder-Hochwasser-Katastrophe spenden. Am 22. Mai 2000 entschied das zuständige Gericht in erster Instanz, dass sich die Zeitung zwar beim Präsidenten wegen der Verbreitung unwahrer Informationen öffentlich entschuldigen musste, die geforderten 2,5 Millionen neue Polnische Złoty aber nicht zu zahlen brauchte (vgl. Adamczyk 1998a : 8; *Życie* 2000b : 6). Im Dezember 1999 begann ein Verfahren gegen den Populisten der Partei Selbstverteidigung (*Samoobrona*), Andrzej Lepper, der den ehemaligen Ministerpräsidenten Jerzy Buzek und andere offizielle Vertreter öffentlich als Diebe und Kriminelle bezeichnet hatte. Zunächst wurde Lepper im Mai 2000 zu 16 Monaten Gefängnisstrafe verurteilt. Er legte dagegen Berufung ein und konnte erreichen, dass die Gefängnisstrafe in eine Geldstrafe in Höhe von 20.000 neue Polnische Złoty¹⁸⁷ umgewandelt wurde¹⁸⁸. Ebenfalls erfolgreich war das Berufungsverfahren des Journalisten Jerzy Jachowicz von der Zeitung *Gazeta Wyborcza*. Er war nach einer von der Staatsanwaltschaft erhobenen Klage in erster Instanz zu einer Geldstrafe in Höhe von 10.000 neue Polnische Złoty¹⁸⁹ verurteilt worden, weil er im Jahre 1996 in einem seiner Artikel den Namen eines polnischen Geheimdienst-Mitarbeiters veröffentlicht hatte. Das Berufungsgericht hob das erste Urteil auf¹⁹⁰.

Zum Wächter der Pressefreiheit in Polen hat sich das 1996 auf Initiative der Vereinigung Polnischer Journalisten (*SDP*) ins Leben gerufene Zentrum zur Überwachung der Pressefreiheit (*Centrum Monitoringu Wolności Prasy*) entwickelt. Das Zentrum bietet Journalisten, die in Konfliktsituationen geraten sind, kostenlose Rechtsberatung an, es nimmt bei Gerichtsverfahren gegen Journalisten beratend teil und es bezieht Stellung zu Gesetzesinitiativen, die sich auf Medien und Journalisten auswirken können. Das

¹⁸⁶ Das sind rund 625.000 Euro.

¹⁸⁷ Das sind rund 5.000 Euro.

¹⁸⁸ Vgl. hierzu URL: www.state.gov/7g7dr17rls7hrrpt720017eur78321.htm, Stand: 27. August 2002.

¹⁸⁹ Das sind rund 2.500 Euro.

¹⁹⁰ Vgl. hierzu URL: www.cpj.org/attacks00/europe00/Poland.html, Stand: 22. Januar 2002.

Zentrum dokumentiert außerdem Konflikte, die Medien und Journalisten betreffen, und versucht auf den Umgang zwischen Behörden und Journalisten einzuwirken¹⁹¹.

¹⁹¹ Vgl. hierzu die Homepage des Zentrums zur Überwachung der Pressefreiheit. URL: www.freepress.org.pl.glo.htm, Stand. 19. Juni 2002.

Kapitel V: Transformation und Entwicklungsprozess in der Presse

1. Von oben verordneter Pluralismus: Die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft

1. 1. Wem gehört die Presse und wer soll sie bekommen?

Gleich nach dem politischen Wechsel im Herbst 1989, vor allem nachdem Tadeusz Mazowiecki in seiner ersten Regierungserklärung der Aufhebung des kommunistischen Informationsmonopols Priorität eingeräumt hatte, stellte sich die zentrale Frage, wie das Schicksal der polnischen Presse aussehen sollte und wie der Übergang in eine andere Ordnung gestaltet werden könnte. Fast alle bedeutenden polnischen Print-Medien wurden von dem zentral gelenkten und von der kommunistischen Partei kontrollierten Konzern Arbeiterverlagsgenossenschaft (*RSW*) herausgegeben. Bereits in der Abschlusserklärung der Untergruppe Massenmedien bei den Beratungen am *Runden Tisch* hatten die *Solidarność*-Vertreter ausdrücklich betont, dass sich das geforderte, pluralistische und demokratische Pressesystem nicht mit den monopolistischen Strukturen des *RSW*-Konzerns vereinbaren lasse (vgl. Salmonowicz, 1989 : 78).

In welcher Weise die bisherigen Pressestrukturen aufgebrochen werden sollten, war in der Anfangsphase der politischen Transformation unklar. Ein ausgearbeitetes und konsensfähiges Konzept für die Demonopolisierung und Pluralisierung der polnischen Presse existierte nicht. Da außerdem die Interessen der politischen Akteure der Konsensregierung von Tadeusz Mazowiecki miteinander kollidierten, verging mehr als ein Jahr nach den historischen Beratungen im Frühjahr 1989 bis eine endgültige Entscheidung über das Schicksal des mächtigen *RSW*-Konzerns getroffen wurde und ein grundlegender struktureller Wandel in der polnischen Presse einsetzen konnte. Zeitgleich mit der Verabschiedung des novellierten Pressegesetzes verabschiedete der Sejm am 22. März 1990 das Gesetz über die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft (*RSW*) und leitete damit das Ende des staatlichen Quasi-Monopols und einen strukturellen Wandel im polnischen Pressesektor ein. Im Gegensatz zu anderen ost- und mitteleuropäischen Ländern, wo es nach den politischen Umbrüchen zu spontanen Privatisierungen¹⁹² im Pressesektor gekommen ist, traf die Regierung Mazowiecki die Entscheidung, die polnische Presse kontrolliert zu privatisieren und nicht den Gesetzen des freien Marktes zu überlassen. Es war ein Versuch, den Prozess der Presstransformation zu steuern, bestehende monopolistische Strukturen zu beseitigen und eine Presselandschaft zu schaffen, die die neuen pluralistischen Verhältnisse widerspiegeln sollte.

Die Entscheidung der Regierung Mazowiecki, die dominierende Arbeiterverlagsgenossenschaft aufzubrechen und auf diese Weise neue Akteure zum Pressemarkt zuzulassen, wurde nicht von allen Seiten mit Zustimmung aufgenommen. „The decision to break RSW was made during the politically euphoric time

¹⁹² Vgl. hierzu: Oniszczyk (1998 : 95f.).

following Solidarity's electoral victory. A few months later the decision might have been different – RSW might have been nationalized instead of destroyed.“ (Goban-Klas 1994 : 221) Ob vor dem Hintergrund der weiteren Entwicklung auf dem polnischen Pressemarkt ein derartiges Szenario wünschenswert gewesen wäre, ist fragwürdig. Unfragwürdig ist dagegen, dass die Auflösung des *RSW*-Konzerns zum Politikum wurde und sehr viele öffentlich geführte Debatten entfacht und Proteste hervorgerufen hat. Die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft, die rund 90.000 Menschen beschäftigte, wurde damals nicht nur als ein Bruch mit den monopolistischen Strukturen begriffen, sondern zählte darüber hinaus Anfang der neunziger Jahre zu den größten Privatisierungs-Vorhaben in der polnischen Wirtschaft, was – ähnlich wie andere Maßnahmen der von Leszek Balcerowicz eingeschlagenen Wirtschaftspolitik – in der Öffentlichkeit sehr unterschiedlich aufgenommen wurde (vgl. Bikont 1990d).

Tadeusz Mazowiecki, dessen Regierung bis Mitte 1990 Mitglieder der Polnischen Vereinigten Arbeiter-Partei und ihrer Nachfolgepartei sowie Vertreter der Blockparteien *ZSL* und *SD* angehörten, musste schnell feststellen, dass es nicht einfach war, bei der Auflösung und Privatisierung des *RSW*-Konzerns einen gesellschaftsübergreifenden Konsens zu erzielen: Die PVAP hatte diesen Konzern jahrzehntelang gelenkt und von ihm finanziell profitiert und wollte ihren potentiellen Einfluss auf die Presse nicht ohne Gegenwehr aufgeben. Gleichzeitig zeigten neue Parteien, Gewerkschaften, politische Gruppierungen und gesellschaftliche Organisationen sowie viele Privatleute und polnische und ausländische Unternehmen sehr großes Interesse, die Zeitungen und Zeitschriften der Arbeiterverlagsgenossenschaft zu übernehmen.

Das Interesse an den *RSW*-Publikationen war insbesondere deshalb so groß, weil die Übernahme der bestehenden und bekannten Blätter Anfang der neunziger Jahre einfacher erschien, als neue Zeitungen oder Zeitschriften zu gründen. Der polnische Pressemarkt befand sich – wie die gesamte polnische Wirtschaft – in den Jahren 1990 bis 1992, also vor und während der Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft, in einer ernsthaften Krise. Nach dem politischen Wechsel im Herbst 1989 hatte zunächst eine dynamische Entwicklung im Pressesektor eingesetzt, die Filas (1999b : 36) als eine Phase des stürmischen Enthusiasmus neuer Verleger bezeichnet hat. Hunderte neuer Publikationen, insbesondere lokale und regionale, wurden damals gegründet oder tauchten aus dem Untergrund auf.¹⁹³ Die Kioske und andere Presseverkaufsstellen wurden mit Zeitungen und Zeitschriften regelrecht überschwemmt, doch die meisten Blätter blieben nach recht kurzer Zeit unverkauft liegen (vgl. Dunin-Wasowicz 1991 : 44; Heimann 1996 : 68). Durch die allgemeinen Preiserhöhungen, vor allem beim Papier¹⁹⁴, waren die Preise für Presseprodukte dermaßen gestiegen, dass sich nur wenige Polen und Polinnen mehr als eine Zeitung leisten konnten. „Bei der gegenwärtigen Krise ist es verständlich, dass die Leute lieber Äpfel für ihre Kinder als Zeitungen kaufen.“ (Kohler 1990 : 66) Die Krise betraf sowohl altbekannte *RSW*-Publikationen, vor allem aber neu gegründete

¹⁹³ Viele neue und aus dem Untergrund stammende Publikationen wurden nach Abschluss der Gespräche am Runden Tisch zunächst von ausländischen Institutionen und Organisationen unterstützt. Besonders aktiv waren US-Amerikaner. Die Stiftung IDEE Fund unterstützte beispielsweise mehrere solche Publikationen mit fast 100.000 US \$ (vgl. Goban-Klas 1994 : 219).

¹⁹⁴ Der Papierpreis erhöhte sich zwischen 1989 und 1990 um 520 Prozent (vgl. Kohler 1990 : 66).

Blätter. Der Markt war übersättigt, die Nachfrage klein. Aus diesem Grunde erschien es Anfang der neunziger Jahre in der Tat als ein risikoreiches Unterfangen, eine neue Zeitung oder Zeitschrift ins Leben zu rufen. Hinzu kam, dass viele Leser und Leserinnen eher zu den altbekannten und mittlerweile von der Zensur befreiten Publikationen – vor allem Zeitungen – griffen als sich auf Experimente einzulassen. „In den Kiosken stapeln sich haufenweise Zeitungen, Wochenblätter, Kreuzworträtsel, unterhaltende Blätter und Fachblätter. Und sie bleiben in den Kiosken liegen. Es ist relativ einfach, ein Wochenblatt, vor allem eines mit niedriger Auflage, zu gründen. Doch noch einfacher kann so ein Wochenblatt untergehen.“¹⁹⁵ (Bikont 1990f : 8)

Der Erfolg neu gegründeter Zeitungen war Anfang der neunziger Jahre sehr bescheiden. Im Allgemeinen waren sie nicht in der Lage, mit den bestehenden Zeitungen des *RSW*-Konzerns zu konkurrieren: Die *Solidarność*-Zeitung *Tygodnik Gdański* (Danziger Wochenzeitung) musste beispielsweise ihre Auflage von 90.000 auf 75.000 Exemplare senken, die unabhängige *Gazeta Gdańska* (Danziger Zeitung) reduzierte ihre Auflage von 55.000 auf 35.000 Exemplare. Lediglich die vor den Parlamentswahlen von 1989 gegründete *Gazeta Wyborcza* (Wahl-Zeitung) konnte sich in den ersten Jahren der Medientransformation auf dem Pressemarkt erfolgreich durchsetzen. Sie entwickelte sich sogar zur größten überregionalen Tageszeitung Polens und druckte bereits Anfang der neunziger Jahre täglich bis zu einer halben Million Exemplare. Doch der Erfolg von *Gazeta Wyborcza* war eine Ausnahme. Die meisten neuen Tageszeitungen hatten es sehr schwer, auf dem Pressemarkt zu bestehen (vgl. Sobczak 1999 : 68). „These experiences show how difficult it has been to enter into fixed press structure that is dominated by well-established newspapers.“ (Goban-Klas 1994 : 221) Vor diesem Hintergrund verwundert es kaum, dass viele interessierte Einzelpersonen, Organisationen und Gruppen, den Gedanken, eine eigene Zeitung zu gründen, in dieser Phase der Presstransformation verworfen hatten und sich in erster Linie auf die Zeitungen und Zeitschriften des *RSW*-Konzerns konzentrierten. Vor allem um die renommierten Publikationen, die die Krise auf dem Pressemarkt häufig unbeschadet überstanden hatten, entbrannte ein regelrechter Kampf unter den verschiedenen Interessenten (vgl. Jakubowski 1990 : 1 u. 4; Bikont 1990f : 8 f.).

Die Arbeiterverlagsgenossenschaft gliederte sich in verschiedene kleinere Verlage: In Warschau waren es *Krajowe Wydawnictwo Czasopism* (Landes-Zeitschriften-Verlag), *Młodzieżowa Agencja Wydawnicza* (Jugend-Verlags-Agentur), *Wydawnictwo Współczesne* (Zeitgenössischer Verlag) und *Warszawskie Wydawnictwo Prasowe* (Warschauer Presse-Verlag), daneben handelte es sich um 16 regionale Verlage (vgl. *Visitenkarte* o. J. : 6 f). Diese Verlage gaben Ende 1989 insgesamt 247 Publikationen heraus, darunter 45 Tageszeitungen. Die Zeitschriften der Arbeiterverlagsgenossenschaft erreichten eine Auflage von insgesamt über 20 Millionen Exemplaren. Zur Arbeiterverlagsgenossenschaft gehörten außerdem die Agentur *Interpress*, die Zentrale Foto-Agentur und die Arbeiter-Landes-Agentur, etwa eine Million Quadratmeter Grundbesitz, 290.000 Quadratmeter Gebäudefläche, 19 Druckereien, Buchverlage, Vertriebsunternehmen,

¹⁹⁵ „W kioskach zatręsienie gazet, tygodników, pism krzyżówkowych, rozrywkowych, specjalistycznych itp. I leżą w kioskach. Urochomić tygodnik, szczególnie małonakładowy, jest stosunkowo łatwo. Ale jeszcze łatwiej może on opaść.“

Handelsgesellschaften, Produktionsbetriebe, Papierfabriken, Ferieneinrichtungen, Vertriebsunternehmen sowie 33.000 über das ganze Land verteilte Kioske, in denen neben Presseerzeugnissen auch Tabakwaren, Kosmetika, Spielzeug, Souvenirs etc. verkauft wurden (vgl. *Tajemnice* 1990 : 1; Dietrich 1990 : 33).

Wie im Kapitel III bereits beschrieben, war die Arbeiterverlagsgenossenschaft kein klassischer Staatsbetrieb, sondern befand sich zu über 90 Prozent in Besitz der Polnischen Vereinigten Arbeiter-Partei. Als die Auflösung des *RSW*-Konzerns zur Debatte stand, wollten die Vertreter der Sozialdemokratie der Republik Polen, die im Januar 1990 das geistige und materielle Erbe der aufgelösten kommunistischen Partei angetreten hatten, sich nicht ohne Widerstand von diesem Vermögen trennen. In einem letzten Aufbegehren versuchte das zentrale Exekutivkomitee der Sozialdemokratie der Republik Polen (*SdRP*) vor der Verabschiedung des Gesetzes über die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft das Blatt noch einmal zu wenden: Die in der ersten nichtkommunistischen Regierung von Tadeusz Mazowiecki vertretenen Sozialdemokraten argumentierten, dass die Auflösung des *RSW*-Konzerns ein Schlag gegen den Pluralismus und die Unabhängigkeit der öffentlichen Meinung sei und außerdem die soziale und berufliche Sicherheit kritischer Journalisten bedrohe. Der *Solidarność* warfen die PVAP-Nachfolger vor, dass sie ein neues Monopol errichten wolle, nachdem sie das staatliche Fernsehen und den staatlichen Hörfunk bereits *gesäubert* habe, da zahlreiche langjährige Mitarbeiter den Rundfunk verlassen mussten (vgl. Dietrich 1990 : 33).

Dieser Initiative von *SdRP* waren Verhandlungen mit einer Regierungskommission vorausgegangen, die sich mit den Eigentumsrechten des Erbes der aufgelösten PVAP befasst hatte und Empfehlungen aussprach, was mit den Tausenden Betrieben, Gebäuden und Freizeiteinrichtungen geschehen sollte, die sich die kommunistische Partei im Laufe der Jahre angeeignet hatte. Als Hauptanteilseigner der Arbeiterverlagsgenossenschaft hofften die PVAP-Nachfolger bis zuletzt, einer Enteignung entkommen zu können. Die Sachwerte, die ihnen übertragen werden sollten, schätzten sie auf etwa 80 Prozent des gesamten Betriebsvermögens der Arbeiterverlagsgenossenschaft. Die Regierungskommission billigte ihnen jedoch weit weniger zu: Eine Druckerei, eine überregionale Tageszeitung, eine Wochenzeitung, eine Monatszeitschrift, einen Buchverlag und drei bis vier regionale Tageszeitungen sollten die Sozialdemokraten behalten dürfen, so lautete die Entscheidung des zuständigen Ministers (vgl. Dietrich 1990 : 33).

Die Forderungen der Sozialdemokratie der Republik Polen (*SdRP*) waren im Laufe der Zeit ohnehin zunehmend in Frage gestellt worden. Die mit der Prüfung beauftragte Regierungskommission hatte nämlich festgestellt, dass die Arbeiterverlagsgenossenschaft die Machtposition ihres Hauptanteilseigners jahrzehntelang ausgenutzt hatte, um auf illegale oder quasi-legale Weise – die Beschlüsse des PVAP-Zentralkomitees und des Ministerrates hatten Rechtscharakter – andere Betriebe zu übernehmen und dadurch ein riesiges Vermögen anzuhäufen. Bei der Überprüfung der *RSW*-Strukturen stellte sich sogar heraus, dass die Arbeiterverlagsgenossenschaft bis zur Einführung eines neuen Genossenschaftsrechts im Jahre 1982 ohne entsprechende gesetzliche Grundlagen, also quasi illegal, operiert hat. Denn bis zu diesem Zeitpunkt

galten Parteien nicht als juristische Personen und nur solche durften Mitglieder einer Genossenschaft werden (vgl. *Tajemnice 1990* : 1).

Die Regierung unter Mazowiecki sah sich im Frühjahr 1990 vor allem deshalb dazu gezwungen, schnell Initiative zu ergreifen und einen Gesetzentwurf zur Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft vorzulegen, da in den Führungsetagen des *RSW*-Konzerns der Versuch unternommen wurde, die Zusammensetzung der Anteilseigner zu ändern, wobei einige Grundsätze des Genossenschaftsrechts verletzt worden waren (vgl. Rogala 1990 : 3; Będkowski 1990 : 1). „Man versucht, Ideologie hin oder her, vor allem den lukrativen Teil des Geschäftes zu retten. Finanziell verlustreiche theoretische Parteiorgane wurden eingestellt, gut gehende Blätter wie die Frauenzeitschrift ‚Przyjaciółka‘ (Freundin) und die populäre Tageszeitung ‚Życie Warszawy‘ (Warschauer Leben) wurden als selbstständige Aktiengesellschaften aus dem Konzern herausgelöst. Sie sind so vor dem Zugriff der neuen Regierung geschützt, deren Absicht es ist, den gesamten Konzern aufzulösen.“ (Kohler 1990 : 66) Die *RSW*-Geschäftsleitung hatte bis Frühjahr 1990 auf diese Art und Weise insgesamt 21 selbstständige Gesellschaften gegründet, weitere neun waren in Planung. Etwa 371 Millionen alte Polnische Złoty Betriebsmittel wurden dem *RSW*-Konzern dabei entnommen. Das Vermögen wurde über die Mitglieder der Geschäftsleitung an private Gesellschaften überwiesen (vgl. Mielczarek 1998 : 37).

Neben dem Gesetzentwurf der Regierung hatten auch Abgeordnete des Bürgerkomitees und der Demokratischen Partei (*SD*) Konzepte für eine Auflösung des *RSW*-Konzerns erarbeitet, die radikalere Maßnahmen vorsahen. Auf einer Sitzung der beteiligten Sejm-Kommissionen wurden die Projekte der Abgeordneten und das Konzept der Regierung schließlich zusammengefasst (vgl. Będkowski 1990 : 1).

1. 2. Das Gesetz über die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft

Am 20. März 1990 legte die Regierung Mazowiecki dem Sejm den Gesetzentwurf über die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft vor. Einen Tag zuvor hatte der polnische Ministerrat diesem Gesetzentwurf bereits zugestimmt (vgl. Dietrich 1990 : 33). Nach heftigen, mehrstündigen Debatten wurde das Gesetz über die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft¹⁹⁶ schließlich am 22. März 1990 verabschiedet. Es trat am 6. April 1990 in Kraft und leitete die schrittweise Auflösung des Pressekonzerns, die Demonopolisierung des Pressemarktes und die Privatisierung der polnischen Presse ein (vgl. *Bastylija* 1990 : 1 u. 3; *RSW zlikwidowana* 1990 : 1).

Das Gesetz (Artikel 1.1.) besagte zunächst, dass die Arbeiterverlagsgenossenschaft in eine Phase der Auflösung übergehen sollte. Dieser Auflösungszustand galt auch für Gesellschaften oder Genossenschaften natürlicher oder juristischer Personen, die durch die nach dem 31. August 1989 vorgenommenen

¹⁹⁶ Ustawa o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Robotniczej Prasa-Książka-Ruch (vgl. *Ustawa* 1990a).

Umgestaltungen der Arbeiterverlagsgenossenschaft entstanden waren und die das Vermögen der Arbeiterverlagsgenossenschaft teilweise oder komplett übernommen hatten (Art. 1.2.) (vgl. *Ustawa* 1990a : 281).

An dem Tag, an dem eine Liquidierungskommission einberufen werden würde, sollten alle satzungsgemäßen Organe der Arbeiterverlagsgenossenschaft aufgelöst werden und ihre Vollmachten erlöschen (Art. 2). Die Verpflichtungen und die Aufgaben des Liquidators sollten einer speziellen Kommission übertragen werden, die nach Inkrafttreten des Gesetzes vom Premierminister einberufen werden sollte. Der Vorsitzende der Liquidierungskommission sollte vom Premierminister ernannt werden und berechtigt sein, gemeinsam mit einem anderen Mitglied der Kommission im Namen des gesamten Gremiums Absichtserklärungen abzugeben. Während des Auflösungsprozesses sollte die Kommission die Aufgaben der aufgelösten satzungsgemäßen Organe der Arbeiterverlagsgenossenschaft (Art. 3) übernehmen und die gleichen Befugnisse erhalten. Die Kommission sollte laut Art. 4 verpflichtet werden, neben der Erstellung eines Finanzierungsplanes zur Auflösung des *RSW*-Konzerns und eines Planes zur Abgeltung von Ansprüchen und Verpflichtungen auch einen Plan zur Bewirtschaftung des Vermögens der Arbeiterverlagsgenossenschaft auszuarbeiten. Dieser Plan sollte durch den Ministerrat bestätigt werden. Der Finanzierungsplan zur Auflösung, der Plan zur Abgeltung von Ansprüchen und Verpflichtungen sowie die Bilanz der abgeschlossenen Auflösung sollten vom Finanzminister bestätigt werden (vgl. *Ustawa* 1990b : 281 f.). Für zahlreiche Konflikte im späteren Verlauf des Auflösungsprozesses des *RSW*-Konzerns sorgte vor allem der Art. 5, der besagte, dass Verlage sowie andere Einheiten der Arbeiterverlagsgenossenschaft an Arbeiter-Genossenschaften kostenlos übertragen werden *können*, die von mindestens der Hälfte der Belegschaft gegründet wurden. Als Voraussetzung dafür nannte Art. 5 drei Bedingungen (vgl. *Ustawa* 1990b : 282):

1. Die Mitglieder von Arbeiter-Genossenschaften mussten einen Mitgliedsbeitrag in Höhe eines dreifachen durchschnittlichen Monatsgehaltes, das die Beschäftigten im Jahre 1989 bezogen hatten, leisten.
2. Arbeiter-Genossenschaften mussten ihren Antrag innerhalb von drei Monaten nach Inkrafttreten des Auflösungsgesetzes vorlegen.
3. Arbeiter-Genossenschaften mussten Verpflichtungen übernehmen, die mit der Tätigkeit der ihnen übertragenen Einheit der Arbeiterverlagsgenossenschaft verbunden waren und die von der Liquidierungskommission präzisiert werden konnten.

Die Teile des *RSW*-Konzerns, die nicht an Arbeiter-Genossenschaften übertragen werden würden, sollten laut Art. 6 des Liquidierungsgesetzes verkauft werden. Dies betraf auch Beteiligungen, die die Arbeiterverlagsgenossenschaft in anderen Gesellschaften hatte. Bestandteile des Vermögens der Arbeiterverlagsgenossenschaft, die weder übertragen noch verkauft werden würden, sowie Gelder, die aus dem Verkauf stammten, sollten an dem Tag, an dem die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft abgeschlossen sein würde, in die Staatskasse fließen. Die Liquidierungskommission war laut Art. 7 außerdem berechtigt, beim Gericht einzuklagen, dass Beschlüsse der *RSW*-Geschäftsführung, die nach dem 31. August 1989 vorgenommen wurden, aufgehoben werden (vgl. *Ustawa* 1990b : 282).

1. 3. Die Liquidierungskommission nimmt ihre Arbeit auf

Rund zwei Wochen nach der Verabschiedung des Liquidierungsgesetzes nominierte Premierminister Tadeusz Mazowiecki am 6. April 1990 eine siebenköpfige Auflösungskommission, bestehend aus Vertretern der offiziellen Presse der Arbeiterverlagsgenossenschaft, der unabhängigen Presse und der katholischen Presse (vgl. Bikont 1990). Zum Vorsitzenden der Liquidierungskommission wurde Jerzy Drygalski, Wissenschaftler an der Wirtschaftsfakultät der Universität Łódź (Lodz) und Mitglied des Bürgerkomitees der Woiwodschaft Łódź, ernannt. Weiterhin wurden folgende sechs Kommissionsmitglieder nominiert (vgl. *Premier* 1990; Mielczarek 1998 : 38):

- Jan Bijak, Chefredakteur der Wochenzeitung *Polityka*
- Andrzej Grajewski, Redakteur der katholischen Wochenzeitung *Gość Niedzielny* (Sonntags-Gast) und Vize-Vorsitzender der Journalistenvereinigung *SDP* in Katowice (Kattowitz)
- Artur Klein, Professor für Zivilrecht an der Universität Wrocław (Breslau)
- Krzysztof Koziell-Poklewski, Chef vom Dienst der Monatszeitung *Państwo i Prawo* (Der Staat und das Recht)
- Maciej Szumowski, Redakteur der Zeitung *Czas Krakowski* (Krakauer Zeit)
- Donald Tusk, Redakteur der Zeitung *Gazeta Gdańska* (Danziger Zeitung).

Am 6. April 1990 wurden auch alle im Statut der Arbeiterverlagsgenossenschaft vorgesehenen Organe aufgelöst: die Geschäftsführung, der Aufsichtsrat, die Hauptversammlung. Erloschen waren auch alle Vollmachten der Direktoren der verschiedenen *RSW*-Betriebe (vgl. Bikont 1990c).

Eine erste Bilanz ihrer Tätigkeit präsentierte die eingesetzte Liquidierungskommission Anfang Juni 1990. Sie hatte ein Kommuniqué herausgegeben, in dem sie die Öffentlichkeit über die ersten Schritte zur Auflösung des Medien-Konzerns informierte. Darin gab die Liquidierungskommission bekannt, dass sie es im Mai 1990 abgeschlossen habe, neue Mitarbeiter zu rekrutieren. Für die Auflösung der Warschauer Verlage und der regionalen Verlage wurden Mitarbeiter mit speziellen Vollmachten ausgestattet. Weiterhin wurde eine interne Anweisung erarbeitet, die die Kriterien zur Erstellung eines Planes für die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft festlegte. In den Redaktionen oder anderen Betrieben des *RSW*-Konzerns waren bis Anfang 1990 über 70 Mitarbeiter-Genossenschaften entstanden, die die Absicht hatten, die jeweilige Publikation oder den Betrieb zu übernehmen. Auch Offerten von Privatleuten und verschiedenen Unternehmen erreichten die Kommission in den Anfangsmonaten. Die Kommissionsmitglieder hatten außerdem Kontakt zu ausländischen Unternehmen, die daran interessiert waren, verschiedene Publikationen oder andere Einheiten der Arbeiterverlagsgenossenschaft zu erwerben oder sich daran zu beteiligen (vgl. *Komunikat* 1990).

Die Kommission informierte weiterhin, dass das Ministerium für Kultur- und Kunst einige Publikationen, die bisher vom *RSW*-Konzern herausgegeben worden waren, übernommen hatte. Darunter befanden sich

renommierte Kultur-Zeitschriften wie *Dialog* oder *Literatura na Świecie* (Literatur auf der Welt). Andere Publikationen, die offenbar keine Chancen hatten, aus den roten Zahlen herauszukommen, wurden eingestellt. Dazu gehörte unter anderem die Zeitschrift *Perspektywy* (Perspektiven) sowie die Zeitung *Gazeta Częstochowska* (Tschenstochauer Zeitung). Die Kommission versicherte in dem Kommuniqué, dass sie zahlreiche Maßnahmen unternehme, um die Kontinuität des *RSW*-Betriebs in der Phase der Auflösung zu gewährleisten (vgl. *Komunikat* 1990).

Die Arbeiten an einem umfassenden Plan zur Auflösung des *RSW*-Konzerns hatten Anfang Juni 1990 bereits begonnen. Das zentrale Ziel der Kommission war es, in Polen eine politisch differenzierte und wirtschaftlich gesunde Presselandschaft zu schaffen. Um dies zu erreichen, hatten sich die Kommissionsmitglieder und die von ihnen einberufenen Experten mit den Vorsitzenden der im *RSW*-Konzern aktiven Gewerkschaften¹⁹⁷ und Journalistenvereinigungen¹⁹⁸ zu Beratungsgesprächen getroffen. Auch die ersten Personalentscheidungen hatten die Kommissionsmitglieder in den ersten Wochen ihrer Tätigkeit vorgenommen: Auf Antrag von Redaktionsgemeinschaften der betroffenen Zeitungen und in Absprache mit lokalen gesellschaftlichen Organisationen wurden einige Chefredakteurs-Posten neu besetzt. Dies betraf unter anderem die Zeitungen *Życie Warszawy* (Warschauer Leben), *Trybuna Robotnicza* (Arbeitertribüne) in Katowice (Kattowitz) und *Słowo Ludu* (Wort des Volkes) in Kielce (vgl. *Komunikat* 1990).

Rund einen Monat später, im Juli 1990, zog der Vorsitzende der Liquidierungskommission, Jerzy Drygalski, erneut ein Resümee des Verlaufs der *RSW*-Auflösung. Dieses Mal überraschte er die Abgeordneten der Sejm-Kommission für Kultur und Massenmedien mit der verblüffenden Feststellung, dass praktisch kein *RSW*-Vermögen existiere, da fast alle Einheiten der Arbeiterverlagsgenossenschaft auf staatlichem Grund stünden und rechtlich gesehen Eigentum des Staates seien (vgl. Kuczewski 1990 : 1). Drygalski klagte damals, dass die Situation sehr kompliziert sei, insbesondere in den Fällen, in denen der Grund und Boden, über den die Arbeiterverlagsgenossenschaft verfügte, mehreren Eigentümern gehörte. Die Kommission war schließlich zu dem Ergebnis gekommen, dass die Bestände der Arbeiterverlagsgenossenschaft zu rund 90 Prozent Staatseigentum waren. Drygalski argumentierte, dass das Vermögen der Arbeiterverlagsgenossenschaft im Prinzip schon immer Eigentum des Staates Polen gewesen sei. Die Liquidierungskommission war nach den Überprüfungen zu dem Schluss gekommen, dass nur einige wenige Bereiche als Eigentum der Arbeiterverlagsgenossenschaft betrachtet werden konnten: Im Druckereiwesen handelte es sich um – zumeist veraltete – Gerätschaften, im redaktionellen Bereich um die Zeitungs-

¹⁹⁷ Neben den ehemals regimetreuen Gesamtpolnischen Gewerkschaften (*Ogólnopolskie Związki Zawodowe/OPZZ*) hatte sich die Gewerkschaft *Solidarność* in allen *RSW*-Redaktionen als bedeutende Arbeitnehmervertretung organisiert.

¹⁹⁸ Nach dem politischen Wechsel wurde die nach der Ausrufung des Kriegszustands im Jahre 1981 verbotene Journalistenvereinigung *Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich/SDP* (Vereinigung Polnischer Journalisten) wieder ins Leben gerufen. Viele polnische Journalisten traten dieser Vereinigung bei. Neben *SDP* existierte die Journalistenvereinigung *Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej/SDRP* (Vereinigung von Journalisten der Republik Polen). Diese Vereinigung war auf Initiative der Kriegsrechtsregierung im Jahre 1982 gegründet worden und hatte das gesamte Vermögen der verbotenen *SDP* übernommen (vgl. Borkowska 1999 : 273f.).

beziehungsweise Zeitschriftentitel sowie um die Ausstattung der Redaktionen (vgl. Kuczewski 1990 : 1; *Zakończył* 1990).

Anfang Juli 1990 war die erste Etappe des Auflösungsprozesses zu Ende. In Einklang mit dem Gesetz über die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft vom 22. März 1990 hatten Interessenten der Liquidierungskommission bis zum 7. Juli 1990 mitteilen müssen, welche Unternehmenseinheiten oder Publikationen sie übernehmen wollten. Bis zu diesem ersten Stichtag gingen bei der Kommission rund 200 Anträge von Genossenschaften ein, die von *RSW*-Mitarbeitern gegründet worden waren, die sich um die kostenlose Übernahme ihres Betriebes oder ihrer Redaktion bemühten. In den meisten Fällen beantragten die Genossenschaften lediglich die kostenlose Überweisung des *RSW*-Vermögens, nur wenige waren darüber hinausgegangen und hatten ihrem Antrag eine betriebswirtschaftliche Analyse beigelegt. Bereits zu diesem Zeitpunkt zeigten sich die ersten Schwierigkeiten in Bezug auf den Art. 5 des Liquidierungsgesetzes, der Mitarbeiter-Genossenschaften die Option einräumte, sich um die kostenlose Übernahme des *RSW*-Vermögens zu bewerben: Entweder gab es gar kein *RSW*-Vermögen, das zu verteilen gewesen wäre, da es sich um Staatseigentum handelte. Im Fall moderner Druckereien waren die Gerätschaften wiederum so wertvoll, dass die Übergabe einer Druckerei an deren Mitarbeiter diese im Handumdrehen zu Złoty-Multimilliardären gemacht hätte (vgl. Kuczewski 1990 : 2; *Zakończył* 1990).

Neben den Anträgen von Mitarbeiter-Genossenschaften gingen bei der Kommission bis Anfang Juli 1990 außerdem etwa 200 verschiedene Anträge von Personen, Betrieben und Organisationen ein, die *RSW*-Vermögen für sich beanspruchten. Unter den Antragstellern befanden sich der Verlag *Czytelnik*, dessen Publikationen Anfang der fünfziger Jahre von der Arbeiterverlagsgenossenschaft *Presse* übernommen worden waren, der Frauenbund *Liga Kobiet*, zwei sozialistische Parteien sowie zahlreiche Privatleute. Sie forderten unter anderem 31 Presstitel, 15 Immobilien, zwei Presseagenturen, eine Fotoagentur, einen Buchverlag sowie 1.800 Kioske (vgl. Kuczewski 1990 : 1; *Czy ludzie* 1990).

Auch ausländische Investoren signalisierten sehr früh ihr Interesse, auf dem polnischen Pressemarkt aktiv zu werden. Insgesamt 20 Interessenten hatten bis Anfang Juli 1990 ihre Angebote bei der Kommission eingereicht. Das ausländische Engagement wurde in der polnischen Öffentlichkeit zwiespältig aufgenommen. Einerseits wurde es begrüßt, da ausländisches Kapital eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen durch neue Technologien und umfassende Modernisierungen in Aussicht stellte. Andererseits meldeten sich bereits im Sommer 1990 kritische Stimmen. Die Hauptsorge galt dem Szenario, dass ausländische Presseunternehmen die attraktivsten und rentabelsten polnischen Zeitungen und Zeitschriften aufkaufen und auf diese Weise großen Einfluss auf die polnische Presselandschaft ausüben würden, während gleichzeitig andere Zeitungen, die weniger rentabel waren oder sogar rote Zahlen schrieben, nach der Auflösung des *RSW*-Konzerns eingestellt werden würden. Viele polnische Journalisten befürchteten damals, dass bei einem derartigen Transformationsverlauf die traditionelle polnische Presse vom Markt verschwinden würde (vgl. Kuczewski 1990 : 2; *Zakończył* 1990).

Diese Sorgen, die in der polnischen Öffentlichkeit sehr rege diskutiert wurden, waren der Liquidierungskommission bekannt. Der Pressesprecher der Kommission, Dr. Andrzej Notkowski, erklärte in einem Interview, dass die Kommission alle eingegangenen Anträge ausländischer Investoren genau überprüfen würde. Die Offerten ausländischer Investoren hätten auf der einen Seite zwar viele Vorzüge, auf der anderen Seite gebe es aber auch negative Aspekte, die zu einer Zerstörung des polnischen Pressemarktes führen könnten. Notkowski versicherte damals, dass die Liquidierungskommission das nicht zulassen wolle (vgl. *Zakończył* 1990).

Bis zur endgültigen Entscheidung über die Anträge der Interessenten vergingen weitere drei Monate. Ehemalige Besitzer und Gläubiger von Zeitungen, Zeitschriften, Verlagen, Betrieben oder Immobilien hatten noch bis zum 7. Oktober 1990 die Möglichkeit, ihre Ansprüche gegenüber der Arbeiterverlagsgenossenschaft geltend zu machen (vgl. *Zakończył* 1990). Bis Herbst 1990 konzentrierten sich die Mitglieder der Liquidierungskommission in erster Linie auf die Erarbeitung eines umfassenden Konzepts zur Auflösung des Konzerns, gleichzeitig bemühten sie sich, den Betrieb der Arbeiterverlagsgenossenschaft so weit wie möglich aufrecht erhalten. Von Sommer bis Herbst 1990 nahm die Liquidierungskommission außerdem zahlreiche personelle Änderungen in den Redaktionen vor. Bei über 100 Publikationen, darunter 36 Tageszeitungen, mussten die Chefredakteure und ihre Stellvertreter ihre Posten verlassen. An den Entscheidungen, ob ein Chefredakteur bleiben konnte oder gehen musste, waren die betroffenen Redaktionen beteiligt¹⁹⁹. Bevor die Liquidierungskommission personelle Änderungen vornahm, wurden die Redaktionsmitglieder konsultiert (vgl. *Opracowano* 1990 : 2).

1. 4. Die Publikationen der Arbeiterverlagsgenossenschaft kommen in neue Hände

Die eigentliche Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft und die Umstrukturierung der polnischen Presselandschaft begann im Herbst 1990. Am 2. Oktober trafen die Kommissionsmitglieder zu ihrer 18. Sitzung zusammen, um ihre Arbeiten am Plan zur Umwandlung des *RSW*-Konzerns abzuschließen und die Privatisierung der polnischen Presse einzuleiten. Zuvor hatte sich die Kommission mehrere Male mit Vertretern der beiden Journalistenvereinigungen *SDP* und *SD RP* und mit Vertretern der Gewerkschaft *Solidarność* und der Gesamtpolnischen Gewerkschaften (*OPZZ*) zu Beratungsgesprächen getroffen, um den Liquidierungsplan mit ihnen abzustimmen. Auch die Sejm-Kommission für Kultur und Medien wurde mehrmals informiert (vgl. *Opracowano* 1990 : 2). Am 22. Oktober 1990 wurde der Plan schließlich öffentlich. „Selten dürfte die Montagsausgabe der Regierungszeitung ‚Rzeczpospolita‘ in Polens Redaktionen so aufmerksam gelesen worden sein – sie nämlich bringt den Vorschlag der

¹⁹⁹ Es sollte betont werden, dass es nach dem politischen Wechsel 1989 bei fast allen polnischen Zeitungen zu Spaltungen zwischen Befürwortern von politischen und wirtschaftlichen Reformen und linientreuen Parteigenossen gekommen ist. Sehr häufig überwog die erste Gruppe, zu der oftmals neue Mitarbeiter gehörten.

Liquidierungskommission des RSW-Pressekonzerne, wie das vom Staat übernommene Vermögen des KP-Presseriesen aufgeteilt werden soll. Dem können die Journalisten in den Redaktionsstuben nun entnehmen, ob sie selbst Eigentümer ihrer Zeitung werden, ob sie verkauft oder vom Staat übernommen werden.“

(Bachmann 1990 : 8)

Rechtswirksam wurde der Liquidierungsplan, der offiziell als Plan zur Bewirtschaftung des Vermögens der Arbeiterverlagsgenossenschaft in Liquidation bezeichnet wurde, ein paar Tage später. Am 29. Oktober stimmte der Ministerrat der vorgeschlagenen Aufteilung des RSW-Vermögens zu (vgl. *Prywatyzacja* 1990 : 1; *Uchwala* 1990 : 34).

Der Liquidierungsplan gliederte sich sechs Bereiche, die die organisatorische Struktur der Arbeiterverlagsgenossenschaft widerspiegeln: Verlagswesen, Druckereiwesen, Vertriebs- und Handelswesen, andere Organisationseinheiten, Investitionen sowie andere Gesellschaften. Im Bereich des Verlagswesens führte die Kommission neben Agenturen und einem Buchverlag insgesamt 179 Zeitungen und Zeitschriften auf, die an Genossenschaften überwiesen, verkauft oder vom Staat übernommen werden sollen. Die Liquidatoren schlugen vor, dass die meisten Titel im Wege einer Ausschreibung verkauft werden sollten – insgesamt 100. Darunter befanden sich viele populäre Blätter wie *Życie Warszawy* oder *Express Wieczorny*. An Genossenschaften, die von Mitarbeitern der Redaktionen gegründet worden waren, sollten 71 Zeitungen und Zeitschriften – darunter die Zeitschrift *Polityka* – überweisen werden. Weitere acht Publikationen, darunter die Zeitschrift *Panorama*, sollte der Staat übernehmen (vgl. *Likwidacja* 1990 : 3; *Uchwala* 1990 : 34-39).

Der von der Kommission vorgeschlagene Auflösungsplan erntete von vielen Seiten Kritik: Gleich seiner Veröffentlichung entbrannten heftige Diskussionen, wobei im Mittelpunkt der öffentlichen Debatte die Frage stand, warum einige Genossenschaften einen Zeitungstitel bekommen hatten, andere Zeitungen verkauft werden sollten, während wiederum einige wenige Blätter in Staatsbesitz übergehen würden. Es wurde allgemein gerätselt, welche Kriterien über das Schicksal der jeweiligen Zeitung oder Zeitschrift entschieden hatten (vgl. *Prywatyzacja* 1990 : 1). Eine detaillierte, einzelfallbezogene Erklärung wurde von der Liquidierungskommission nicht abgegeben. In der Zeitung *Rzeczpospolita* wurde aber eine kurze Stellungnahme abgedruckt, in der die Kommission argumentierte, dass ihre Aufgabe nicht nur in der Auflösung des RSW-Konzerns bestanden habe, sondern auch in der Schaffung eines neuen und pluralistischen Pressemarktes in Polen. Bei der wirtschaftlichen und organisatorischen Umgestaltung der Arbeiterverlagsgenossenschaft habe die Kommission zudem die Interessen des Staates berücksichtigen müssen. Um diese vorgegebenen Ziele zu erreichen, hatte die Kommission fünf Grundsätze gefasst, die bei der Ausarbeitung des Liquidierungsplanes als Orientierung dienten (vgl. *Likwidacja* 1990 : 3):

1. Gefördert werden sollte insbesondere die Entstehung kapitalstarker polnischer Verlage und Medienunternehmen, die nicht nur in der Lage sein sollten, auf dem Markt bestehen zu bleiben, sondern auch zu investieren und eine langfristige Verlagspolitik zu verfolgen. Unternehmen dieses Zuschnitts sollten bei der Umstrukturierung des Pressemarktes richtungweisend sein – vor allem in

Bezug auf Wettbewerbsfähigkeit. Die Kommission war außerdem der Auffassung, dass derartige Unternehmen für ausländische Interessenten, die in die polnische Presse investieren wollten, glaubwürdige Partner darstellen würden. Gemeinden, Bürgerkomitees oder politische Parteien sollten sich an den neuen Verlagsgesellschaften als Teilhaber oder Aktionäre beteiligen dürfen. Eine breite Streuung der Kapitalanteile der Verlagsgesellschaften an viele verschiedene Partner sollte helfen, eine unabhängige und pluralistische Presse zu schaffen.

2. *RSW*-Vermögen sollte grundsätzlich so weit wie möglich privatisiert werden, wobei Privatisierungen im Druckereibereich unproblematischer erschienen als in der Presse. Über den Umfang der Privatisierung sollte in jedem einzelnen Fall eine wirtschaftliche und gesellschaftliche Analyse entscheiden.
3. Bezüglich des Zutritts ausländischer Investoren und Verlage auf den polnischen Pressemarkt war die Kommission der Auffassung, dass der polnische Pressemarkt ausländisches Kapital, neue Technologien und moderne Management-Methoden dringend benötigte. Der Einfluss ausländischer Investoren sollte jedoch beschränkt werden. Aus diesem Grunde sollten bei überregionalen und sehr wichtigen lokalen Zeitungen polnische Eigentümer die mehrheitliche Kontrolle ausüben. Vermieden werden sollte, dass ausländische Verleger in einer Region oder in einem Marktsegment eine Monopolstellung einnehmen.²⁰⁰
4. Wirtschaftlich schwache Publikationen, die für die polnische Kultur von Bedeutung waren, sollten besonderen Schutz genießen. Um sie auf dem zukünftigen freien Pressemarkt zu erhalten, sollten entweder Sponsoren gesucht werden oder sie sollten an eine rentable Publikation angegliedert werden oder es sollte ein Sanierungsprogramm vorbereitet werden.
5. Als ersten und zentralen Schritt beim Aufbau einer unabhängigen polnischen Presse sah die Kommission – die Mitglieder waren aufgrund ihrer politischen Hintergründe in diesem Punkt verständlicherweise nicht einer Meinung – die Abschaffung der veralteten, von der kommunistischen Partei und der Arbeiterverlagsgenossenschaft geschaffenen Strukturen an. Dies erschien der Kommission umso mehr von Bedeutung, da das Liquidierungsgesetz, das die herkömmlichen Strukturen abschaffen sollte, eine Möglichkeit geschaffen hatte, diese weiter aufrecht zu erhalten: Es eröffnete Belegschaften, die im System der parteilichen Presselenkung entstanden waren, die Chance, sich um die kostenlose Übertragung einer Publikation und anderer Konzern-Einheiten zu bewerben.

Wichtig erschien der Liquidierungskommission außerdem, dem Drängen von Gemeinden, Woiwodschaften, Bürgerkomitees, der *Solidarność* und politischen Parteien, die sich ebenfalls bemühten, einige regionale

²⁰⁰ Hinzugefügt sei an dieser Stelle, dass zu diesem Zeitpunkt über 20 ausländische Verleger und Unternehmen an 54 polnischen Zeitungen und Zeitschriften Interesse bekundet hatten. Am aktivsten zeigten sich die Mediengiganten Robert Hersant (Frankreich) und Robert Maxwell (Großbritannien). Der Verleger Robert Hersant legte ein Angebot für 21 Publikation vor, Robert Maxwell wollte 11 Titel kaufen (vgl. Bajka 1999b : 59).

Blätter, insbesondere Tageszeitungen, unter ihre Kontrolle zu bringen, zu widerstehen. Die Kommission war der Ansicht, dass sich lokale Blätter nicht zu einem Sprachrohr der lokalen politischen Kräfte entwickeln dürften. Was die politische Repräsentanz auf dem künftigen polnischen Pressemarkt anbelangte, sollte es keinerlei Beschränkungen geben: Alle Parteien und politischen Gruppierungen sollten sich um die Zeitungen und Zeitschriften, die im Wege einer Ausschreibung verkauft werden würden, bewerben dürfen.

Neben dieser Stellungnahme der Kommission wurde eine weitere – nicht minder vage – Beschreibung der dem Entscheidungsprozess zugrunde gelegten Kriterien in der Zeitung *Rzeczpospolita* veröffentlicht. Ein Kriterium war beispielsweise, dass Presstitel und andere Bestandteile des *RSW*-Vermögens nicht an wirtschaftlich schwache Genossenschaften überwiesen werden sollten, da diese kaum Chancen hätten, auf dem Pressemarkt zu bestehen. Die Kommission war der Ansicht, dass eine kostenlose Übertragung von Zeitungs- beziehungsweise Zeitschriftentiteln an wirtschaftlich schwache Genossenschaften eine Verschwendung von staatlichen Mitteln darstellen würde. Ein zweites Kriterium lautete, dass *RSW*-Vermögen nicht an Genossenschaften überwiesen werden sollte, bei denen es sich praktisch um eine unveränderte Zusammensetzung der bisherigen Belegschaft handelte. Bei der Einführung neuer Unternehmen und Gruppen auf den polnischen Pressemarkt sollte der Schutz bestehender Redaktionsgemeinschaften jedoch mitberücksichtigt werden. Ein drittes Kriterium war, dass bei der Umgestaltung des *RSW*-Konzerns neben ökonomischen Faktoren auch gesellschaftliche und politische Faktoren eine wichtige Rolle spielen sollten. In bestimmten Fällen sollten die so genannten gesellschaftlichen und politischen Aspekte bei den Entscheidungen der Liquidierungskommission sogar ausschlaggebend sein können (vgl. *Likwidacja* 1990 : 3).

Trotz vieler Kritik am Bewirtschaftungsplan des *RSW*-Vermögens konnte der Umbau der polnischen Presselandschaft nach der Zustimmung durch den Ministerrat schließlich im Herbst 1990 beginnen. Von Dezember 1990 bis Mitte Mai 1991 wechselten alle Zeitungen, Zeitschriften und andere Periodika, die bis dahin von der Arbeiterverlagsgenossenschaft herausgegeben worden waren, in die Hände neuer Besitzer. Im Falle kostenloser Überweisungen von Publikationen an Mitarbeiter-Genossenschaften wurden zwischen der Kommission und den Genossenschaften Verträge abgeschlossen. Nicht überwiesene Publikationen wurden zum Verkauf ausgeschrieben, wobei bei sehr populären Blättern nicht nur ein finanzielles Kräfteressen zu beobachten war, sondern auch ein öffentlich ausgetragener politischer Kampf entbrannte. Hauptsächlich wurden nur das Recht auf den Titel und die – meist desolate – Ausstattung der Redaktionen verkauft.

Die Prozedur beim Verkauf der *RSW*-Zeitungen und Zeitschriften sah folgendermaßen aus: Einige Wochen vor der geplanten Versteigerung einer Publikation veröffentlichte die Kommission den geplanten Termin und das von ihr festgelegte Mindestgebot in den wichtigsten Zeitungen. Es muss betont werden, dass es sich bei diesem Verfahren keineswegs um klassische Versteigerungen handelte – auch wenn sie als solche bezeichnet worden sind. Es war nicht das höchste Gebot der Interessenten, das ausschlaggebend war, sondern eine Vielzahl unterschiedlicher Faktoren. Dazu zählten: Die Standpunkte von

Redaktionsgemeinschaften, Garantien für die Redaktionsgemeinschaften, ökonomische Perspektiven für die Publikation, Konzepte für Modernisierungen und Weiterentwicklung, rechtlicher Status des Interessenten, gesellschaftliche Unterstützung sowie – von der Liquidierungskommission nicht näher umrissene – gesellschaftliche und politische Kriterien (vgl. Roguski 1991f. : 1; Strzyckowski 116f.)

Die Mindestsumme, die gezahlt werden musste, wurde von der Kommission festgelegt. Dabei orientierten sich die Kommissionsmitglieder an den Wirtschaftsdaten der jeweiligen Publikation, an ihrer Rolle und Popularität auf dem Markt sowie am Anzeigenaufkommen. Bei unrentablen Blättern wurde kein Mindestgebot angegeben. Hier galt das Prinzip: Hauptsache, es wird überhaupt etwas geboten. Interessenten hatten bis zum angesetzten Versteigerungs-Termin die Gelegenheit, der Liquidierungskommission ihre Offerte vorzulegen. Bis zu diesem Zeitpunkt hatten auch politische und gesellschaftliche Gruppen, Parteien, Organisationen, die Katholische Kirche und Privatpersonen die Möglichkeit, der Kommission mitzuteilen, welchen Interessenten sie als besonders geeignet ansahen. Die Versteigerungen fanden in der Regel in zwei Etappen statt: Bei der ersten Sitzung wurden die Offerten in Anwesenheit der Interessenten, der Journalistenvereinigungen und der Gewerkschaften geöffnet und vorgelesen. Anschließend konnten alle Seiten zu den einzelnen Angeboten Stellung beziehen. Die Liquidierungskommission zog sich anschließend zurück und beriet unter Ausschluss der Öffentlichkeit über die Vor- und Nachteile der einzelnen Offerten. Die endgültige Entscheidung der Kommissions-Mitglieder wurde auf einer zweiten Sitzung bekannt gegeben, die meistens eine Woche später stattfand. Im Falle sehr teurer Titel wurde zwischen der Kommission und den Käufern zunächst ein Vorvertrag abgeschlossen. Darin verpflichteten sich die Käufer, zehn Prozent der Gesamtsumme innerhalb einer Woche einzuzahlen (vgl. Szemplińska 1991; *Krajobraz* 1991 : 12).

Rund 15 Monate nach Einberufung der Liquidierungskommission galt die Privatisierung der Pressetitel des *RSW*-Konzerns als abgeschlossen: Das staatliche Quasi-Monopol in der Presse existierte nicht mehr und die Presse war pluralistischer geworden. Im Mai 1991 lautete die Bilanz folgendermaßen: Die Kommission hatte insgesamt 70 Zeitungen und Zeitschriften an Mitarbeiter-Genossenschaften überwiesen, weitere 78 – darunter fast alle politisch wichtigen Titel – wurden im Wege einer Ausschreibung verkauft, acht Publikationen gingen in Staatsbesitz über. Für 20 Publikationen fanden sich keine Käufer²⁰¹. Die Preise, die für das Recht am Titel gezahlt werden mussten, schwankten erheblich. Ausgehend von einem Wechselkurs von 5.500 Złoty zu 1 DM²⁰² kostete das billigste Blatt rund 18 DM/9 Euro, die teuersten zwei jeweils 7,3

²⁰¹ Kein Interesse bestand am Erwerb folgender Titel: *ABC Rolnika* (Das ABC des Landwirts), *Ekran* (Bildschirm), *Kronika i Dokumentacja Prasowa* (Pressechronik- und Dokumentation), *IMT Światowid* (IMT Weltschau), *Boks* (Boxen), *Kultura Fizyczna* (Körperkultur), *Motywy* (Motive), *Płomienie* (Die Flamme), *Pokolenia* (Generationen), *Poszukiwania* (Die Suche), *Student* (Der Student), *Żagle* (Segel), *Inspiracje* (Inspirationen), *Relacje* (Relationen), *Życie Pabianic* (Leben von Pabianice), *Perspektywy* (Perspektiven), *Polskie Perspektywy* (Polnische Perspektiven), *Twórczość Robotników* (Das Schaffen der Arbeiter) sowie *Gazeta Ostrowska* (Zeitung von Ostrów).

²⁰² Das war der Wechselkurs im Frühjahr/Sommer 1991.

Millionen DM/3,7 Millionen Euro. Die folgenden Tabellen bieten einen Überblick²⁰³ darüber, wer in den Jahren 1990 und 1991 bei der Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft welche polnischen Zeitungen und Zeitschriften erworben hat.²⁰⁴

Regionale Tageszeitungen der Woiwodschafskomitees der PVAP

Titel der Publikation und ggf. Ort	Art der Privatisierung und Preis in Mrd. Zloty	Neue/r Eigentümer
1. <i>Trybuna Śląska</i> (Katowice)	Verkauf - 23,7	Górnos Śląskie Towarzystwo Prasowe sp z/s – daran beteiligt: die Redaktionsgenossenschaft und die Gesellschaft Socpresse/Hersant.
2. <i>Nowiny</i> (Rzeszów)	Verkauf – 7,3	Spółka R-Press – daran beteiligt: die Redaktionsmitarbeiter, der Verlag Editions Spotkania sowie die regionale <i>Solidarność</i> .
3. <i>Gazeta Lubuska</i> (Zielona Góra)	Verkauf – 6,025	Lubpress sp. z. o. o. – daran beteiligt: die Redaktionsmitarbeiter und die Kattowitzer Handelskreditbank AG.
4. <i>Głos Pomorza</i> (Koszalin)	Verkauf – 4,0	Spółka Forum – daran beteiligt: die Gesellschaft Sigma, die Wirtschafts-Stiftung der <i>Solidarność</i> sowie die Redaktionsmitarbeiter
5. <i>Głos Wybrzeża</i> (Gdańsk)	Verkauf – 3,5	Wydawnictwo Prywatne Głos Wybrzeża – daran beteiligt: die Danziger Industrie- und Handelskammer, die Kattowitzer Handelskreditbank AG sowie die Firmen Marxal und Lonzavis.
6. <i>Gazeta Poznańska</i> (Poznań)	Verkauf – 3	Wojciech Fibak
7. <i>Gazeta Krakowska</i> (Kraków)	Verkauf – 2,5	Wydawnictwo Gazeta Krakowska sp. z. o. o. – daran beteiligt: die Mitarbeiter, Krakauer Intellektuelle, Mitglieder des Schriftstellerverbandes, die Kattowitzer Handelskreditbank AG, die Woiwodschafts-Behörde sowie private Unternehmer.
8. <i>Gazeta Olsztyńska</i> (Olsztyn)	Verkauf – 2,0	Spółka Wydawnictwo Gazeta Olsztyńska
9. <i>Gazeta Współczesna</i> (Białystok)	Verkauf – 1,53	NSZZ „S” Region Białostocki (Der Vorstand der <i>Solidarność</i> in der Region Białystok)
10. <i>Głos Poranny</i> (Łódź)	Verkauf – 1,2	Ludowe Towarzystwo Gospodarcze Warszawa (daran beteiligt: die Polnische Bauernpartei/PSL)
11. <i>Słowo Ludu</i>	kostenlose Überweisung	Die Verlagsgenossenschaft Wydawnicza Spółdzielnia Pracy Słowo
12. <i>Sztandar Ludu</i>	kostenlose Überweisung	Die Journalistengenossenschaft Spółdzielnia Dziennikarska Edytor
13. <i>Gazeta Pomorska</i> (Bydgoszcz)	kostenlose Überweisung	Die Journalisten- und Verlegergenossenschaft Spółdzielnia Pracy Dziennikarzy i Wydawców <i>Gazeta Pomorska</i>
14. <i>Głos Szczeciński</i> (Szczecin)	kostenlose Überweisung	Die Genossenschaft Spółdzielnia Pracy <i>Głos Szczeciński</i>
15. <i>Trybuna Opolska</i> (Opole)	kostenlose Überweisung	Die Gesellschaft Opol-Press sp. z. o. o.

Quellen: *Krajobraz* 1990 : 12; *Bajka* 1999a : 95ff.; *Bajka* 1999b : 70ff.

²⁰³ Dieser Überblick ist nur im Hinblick auf Tageszeitungen vollständig. In der Kategorie *sonstige Publikationen* ist zwar der überwiegende Teil ehemaliger *RSW*-Titel erfasst worden. Es war jedoch nicht möglich, den Verbleib aller ehemaligen *RSW*-Titel zu rekonstruieren.

²⁰⁴ Rund zwei Jahre nach der im Mai 1991 offiziell abgeschlossenen Privatisierung der Presstitel der Arbeiterverlagsgenossenschaft, stellte es sich heraus, dass die ursprünglich gezogene Bilanz nicht endgültig war. Im Auftrag des Sejm-Präsidiums hatte die polnische Oberste Kontrollkammer (*Najwyższa Izba Kontroli/NIK*) in der ersten Jahreshälfte 1992 sowie im März und April 1993 eine Überprüfung der Tätigkeit der Liquidierungskommission vorgenommen. Die Kontrollkammer stellte fest, dass die Liquidierungskommission bis April 1992 an Mitarbeiter-Genossenschaften insgesamt 72 Publikationen kostenlos überwiesen hatte. Die Anzahl der Titel, die im Wege einer Ausschreibung verkauft worden waren, betrug dieser Untersuchung zufolge insgesamt 83. Acht Verlageinheiten des *RSW*-Konzerns sind außerhalb des öffentlichen Ausschreibungsverfahrens von der Liquidierungskommission verkauft worden (vgl. *NIK* 1996 : 465 ff.).

Regionale Morgenzeitungen – offiziell nicht mit der PVAP verbunden

Titel der Publikation und ggf. Ort	Art der Privatisierung und Preis in Mrd. Zloty	Neue/r Eigentümer
1. <i>Dziennik Zachodni</i> (Katowice)	Verkauf – 40	Prasa Śląska sp. z. o. o. – daran beteiligt: Socpress/Hersant, der regionale <i>Solidarność</i> -Verband sowie der <i>Czytelnik</i> -Verlag.
2. <i>Dziennik Łódzki</i> (Łódź)	Verkauf – 25	Prasa Łódzka sp. z. o. o. – daran beteiligt: Socpresse/ Hersant (46 Prozent), die Gemeinde Łódź (25 Prozent), die polnische Versorgungskasse <i>PKO</i> (20 Prozent) sowie die Firma Finryan International (9 Prozent).
3. <i>Dziennik Bałtycki</i> (Gdańsk)	Verkauf – 12	Przekaz sp. z. o. o. - daran beteiligt: Socpress/Hersant (51 Prozent) sowie die Gesellschaft Przekaz der regionalen <i>Solidarność</i> in Danzig (49 Prozent).
4. <i>Dziennik Polski</i> (Kraków)	Verkauf – 8,0	Wydawnictwo Pracowników DP sp. z. o. o. – daran beteiligt: die Gesellschaft der Redaktionsmitarbeiter von <i>Dziennik Polski</i> , die Wirtschaftsstiftung der regionalen <i>Solidarność</i> , die Industrie- und Handelsbank in Krakau sowie die Jagiellonen-Universität.
5. <i>Głos Wielkopolski</i> (Poznań)	kostenlose Überweisung	Oficyna Wydawnicza <i>Głos Wielkopolski</i> sp. z. o. o. – daran beteiligt: die Redaktionsgenossenschaft, die Gesellschaft Lako Industrie, die Gesellschaft Koral, der <i>Czytelnik</i> -Verlag, Piotr Voelkel.
6. <i>Słowo Polskie</i> (Wrocław)	kostenlose Überweisung	Die Journalistengenossenschaft Spółdzielnia Pracy Dziennikarzy <i>Słowa Polskiego</i>

Quellen: *Krajobraz* 1990 : 12; Bajka 1999a : 95ff.; Bajka 1999b : 70ff.

Regionale Nachmittagszeitungen – offiziell nicht mit der PVAP verbunden

Titel der Publikation und gegebenenfalls Ort	Art der Privatisierung und Preis in Mrd. Zloty	Neue/r Eigentümer
1. <i>Express Ilustrowany</i> (Łódź)	Verkauf – 13	Prasa Ilustrowana sp. z. o. o. – daran beteiligt: Socpresse/Hersant (48 Prozent), die polnische Versorgungskasse <i>PKO</i> (24 Prozent), die Journalisten-Genossenschaft von <i>Express Ilustrowany</i> (20 Prozent) sowie die Firma Finryan International (8 Prozent).
2. <i>Wieczór Wybrzeża</i> (Gdańsk)	Verkauf – 5	Prasa Wybrzeża sp. z. o. o. – daran beteiligt: die Gesellschaft Przekaz der regionalen <i>Solidarność</i> in Danzig (39 Prozent), Socpresse/Hersant (39 Prozent) sowie die Vereinigung Kaszubsko-Pomorskie.
3. <i>Kurier Lubelski</i> (Lublin)	Verkauf – 3	Gesellschaft Multico sp. z. o. o.
4. <i>Wieczór</i> (Katowice)	Verkauf – 1,5	Acapit sp. z. o. o. – daran beteiligt: die Redaktionsgenossenschaft sowie die Kattowitzer Handelsbank.
5. <i>Echo Krakowa</i> (Kraków)	Verkauf – 3,5	Die Redaktionsgenossenschaft von <i>Echo Krakowa</i> , die Kattowitzer Handelbank sowie die Stiftung zur Denkmalpflege in Krakau.
6. <i>Echo Dnia</i> (Kielce)	Verkauf – 0,4	Die Handelsgesellschaft Acumen.
7. <i>Dziennik Wieczorny</i> (Bydgoszcz)	Verkauf – 0,3	Die Gesellschaft PHZ Pol-Tech.
8. <i>Dziennik Pojezierza</i>	kostenlose Überweisung	Die Redaktionsgenossenschaft.
9. <i>Express Poznański</i> (Poznań)	kostenlose Überweisung	Die Redaktionsgenossenschaft.
10. <i>Kurier Podlaski</i> (Podlasie)	kostenlose Überweisung	Die Redaktionsgenossenschaft.
11. <i>Kurier Szczeciński</i> (Szczecin)	kostenlose Überweisung	Die Redaktionsgenossenschaft.
12. <i>Nowości</i> (Toruń)	kostenlose Überweisung	Die Redaktionsgenossenschaft.
13. <i>Wieczór Wrocławia</i> (Wrocław)	kostenlose Überweisung	Die Redaktionsgenossenschaft.

Quellen: *Krajobraz* 1990 : 12; Bajka 1999a : 95ff.; Bajka 1999b : 70ff.

Landesweite Tageszeitungen

Titel der Publikation und ggf. Ort	Art der Privatisierung und Preis in Mrd. alte Polnische Zloty	Neue/r Eigentümer
1. <i>Życie Warszawy</i> (Warszawa)	Verkauf – 40	Die Gesellschaft Życie Press – daran beteiligt: STEI/Nicola Grauso (40 Prozent), die Großpolnische Kreditbank, der <i>Czytelnik</i> -Verlag, die Gesellschaft Varsovia Press.
2. <i>Express Wieczorny</i> (Warszawa)	Verkauf – 16	Spółka R-Press – daran beteiligt: die Redaktionsmitarbeiter, der Verlag Editions Spotkania sowie die regionale <i>Solidarność</i> .
3. <i>Sztandar Młodych</i> (Warszawa)	Verkauf – 12	Die Stiftung für Wirtschaftserziehung sowie die Stiftung für Polnische Kultur.
4. <i>Gromada Rolnik Polski</i> (Warszawa)	Verkauf – 2,5	Das Produktions- und Handelsunternehmen Corso (verbunden mit der <i>Solidarność</i>).
5. <i>Trybuna & Chłopska Droga</i> (Warszawa)	Verkauf – 1,25	Die Gesellschaft Ad novum – daran 100-prozentig beteiligt: die Sozialdemokratie der Republik Polen/ <i>SdRP</i>
6. <i>Tempo</i> (Kraków)	Verkauf – 0,5	Die Gesellschaft Sportpresse – daran beteiligt: die Redaktionsgenossenschaft und Soepresse/Hersant.
7. <i>Przegląd Sportowy</i> (Warszawa)	Verkauf - *	Die Gesellschaft Curtis International
8. <i>Sport</i>	Verkauf - *	Fibak Sport SA

Quellen: *Krajobraz* 1990 : 12; *Bajka* 1999a : 95ff.; *Bajka* 1999b : 70ff.

*Die Verkaufssumme ist nicht bekannt.

Sonstige Publikationen

Titel der Publikation und ggf. Ort	Art der Publikation	Art der Privatisierung und Preis in Mrd. alte Polnische Zloty	Neue/r Eigentümer
1. <i>Harcerstwo</i> (Pfadfinder-Bewegung)	Monatszeitschrift	Verkauf – 0,0001	Das polnische Pfadfinderhauptquartier.
2. <i>Lekkoatletyka</i> (Leichtathletik)	Monatszeitschrift	Verkauf – 0,0005	Der Behinderten-Sportclub Star.
3. <i>Nowa Wieś</i> (Neues Dorf)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,001	Die Mitarbeiter-Genossenschaft der Publikation.
4. <i>Tak i nie</i> (Ja und Nein)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,001	Die Redaktions-Gesellschaft der Publikation.
5. <i>Walka Młodych</i> (Kampf der Jugend)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,001	Der Verband der polnischen sozialistischen Jugend.
6. <i>Drużyna</i> (Mannschaft)	Zeitschrift	Verkauf – 0,001	Die Mitarbeiter-Genossenschaft der Pfadfinder.
7. <i>Kontakty</i> (Kontakte)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,001	Die Mitarbeiter-Gesellschaft Gratis.
8. <i>Krajobrazy</i> (Landschaften)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,001	Die Gesellschaft Juwena.
9. <i>Nowy Medyk</i> (Neuer Mediziner)	Zeitschrift	Verkauf – 0,001	Die Gemeinschaft der Ärzte an der Medizinischen Akademie Łódź (Lodz)
10. <i>Odgłosy</i> (Der Widerhall)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,001	Die Genossenschaft der Journalisten
11. <i>Problemy</i> (Probleme)	Monatszeitung	Verkauf – 0,001	Die Mitarbeiter-Genossenschaft
12. <i>Rekreacja Fizyczna</i> (Körperliche Erholung)	Monatszeitung	Verkauf – 0,001	Der Vorstand der Gesellschaft zur Verbreitung der Körperkultur.
13. <i>Szachy</i> (Schach)	Monatszeitung	Verkauf – 0,001	Der Polnische Schach-Verband.
14. <i>Zarzewie</i> (Die Fackel)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,001	Der Vorstand des Landesverbandes der Dorfjugend.
15. <i>Zdanie</i> (Die Meinung)	Vierteljahresschrift	Verkauf – 0,001	Der Verband Kuznica.
16. <i>itd.</i> (usw.)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,0025	Die Vereinigung Polnischer Studenten.
17. <i>Poezja</i> (Poesie)	Monatszeitung	Verkauf – 0,0025	Der Verband Poezja.
18. <i>Magazyn Polski</i>	Monatszeitung	Verkauf – 0,003	Der Verlag Słowo (entstanden im Untergrund).

(Polnisches Magazin)			
19. <i>Brydź</i> (Bridge)	Monatszeitung	Verkauf – 0,004	Die Verlags-Gesellschaft Brydź.
20. <i>Kontrasty</i> (Kontraste)	Monatszeitung	Verkauf – 0,0045	Das Verlagshaus Pogranicze und die Gesellschaft der Mitarbeiter.
21. <i>Gazeta Częstochowska</i> (Tschenstochauer Zeitung)	Zeitung	Verkauf – 0,005	Die Tschenstochauer Wirtschafts-Vereinigung.
22. <i>Tygodnik Radomski</i> (Radomer Wochenzeitung)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,03	Die Gesellschaft Petit.
23. <i>Słowo Podlasia</i> (Wort von Podlasie)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,1	Der Produktions-, Dienstleistungs- und Handelsbetrieb Rapid in Biała Poddłaska.
24. <i>Wiadomości Sierniewickie</i> (Nachrichten von Sierniewice)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,1	Ziemowit Jankowski (ein Privatmann, der gleichzeitig einen lokalen Fernsehsender aufbaute).
25. <i>Przemiany Ziemi Gnieźnieńskiej</i> (Wandel in der Gnesener Region)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,15	Die Firma Czwórka.
26. <i>Trybuna Wałbrzyska</i> (Tribüne von Wałbrzych)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,15	Der Produktions-, Dienstleistungs- und Handelsbetrieb Bubel.
27. <i>Życie Przemyskie</i> (Leben von Przemysk)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,15	Die Gesellschaft Ziemia Przemysk (daran beteiligt: der Stadt- und Gemeinderat von Przemysk sowie die lokale <i>Solidarność</i> und die lokale Kulturelle Vereinigung).
28. <i>Komputer</i> (Computer)	Monatszeitung	Verkauf – 0,2	Die polnisch-amerikanische Gesellschaft IDG-Poland.
29. <i>Pilka Nożna</i> (Fußball)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,15	Die Firma Agroland (ein Transport- und Handelsunternehmen für landwirtschaftliche Geräte)
30. <i>Film</i> (Film)	Film (Film)	Verkauf – 0,3	Die Gesellschaft Film (daran beteiligt: ein Teil der Redaktionsmitglieder und die Gesellschaft Arka Press)
31. <i>Nad Wartą</i> (An der Warthe)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,3	Der genossenschaftliche Versicherungsbetrieb Westa.
32. <i>The Warsaw Voice</i> (Warschauer Stimme)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,3	Die Genossenschaft der Journalisten von <i>The Warsaw Voice</i> .
33. <i>Razem</i> (Gemeinsam)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,4	Die national-konservative Partei Konföderation für ein unabhängiges Polen <i>KPN</i> .
34. <i>Temi</i>	Wochenzeitung	Verkauf – 0,42	Die Gesellschaft Tarnowski Magazyn Ilustrowany.
35. <i>Motor</i> (Motor)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,45	Die national-konservative Partei Konföderation für ein unabhängiges Polen <i>KPN</i> .
36. <i>Tygodnik Nadwiślański</i> (Wochenzeitung von Nadwiśle)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,45	Der selbstverwaltete Verlag von Tarnobrzeg.
37. <i>Na przelaj</i> (Querfeldein)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,5 (Die Gesellschaft musste 500 Millionen Złoty Schulden übernehmen)	Die Gesellschaft Zarządzanie i Bankowość.
38. <i>Przegląd Koniński</i> (Rundschau in Konin)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,625	Die Gesellschaft Konimpex.
39. <i>Zwierciadło</i> (Der Spiegel)	Wochenzeitung	Verkauf – 0,688	Die amerikanische Gesellschaft Universal.
40. <i>Podkarpacie</i>	Wochenzeitung	Verkauf – 0,7	Das Druckerei- und Verlagsunternehmen Ewa in Krosno.
41. <i>Tygodnik Zamojski</i> (Wochenzeitung von Zamość)	Wochenzeitung	Verkauf – 1	Die Gesellschaft Wydawnictwo Zamojskie Zamość.

Quellen: *Krajobraz* 1990 : 12; *Bajka* 1999a : 95ff.; *Bajka* 1999b : 70ff.

1. 5. Die Presselandschaft nach der Privatisierungs-Schlacht – Eine Bilanz

Die Bewertungen zur Umstrukturierung der polnischen Presselandschaft nach Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft fielen sehr unterschiedlich aus. Auch darüber, inwiefern sich die polnische Presse tatsächlich verändert hatte, gingen die Meinungen in der polnischen Öffentlichkeit weit auseinander. Als negativ wurde unter anderem die Tatsache angesehen, dass fast die Hälfte aller privatisierten Titel Mitarbeiter-Genossenschaften übergeben worden war. Die betroffenen Zeitungen und Zeitschriften befanden sich zwar nicht mehr im Besitz der Arbeiterverlagsgenossenschaft, sondern in den Händen von Journalisten und anderen Mitarbeitern der Redaktion, eine Kontinuität der bisherigen Verhältnisse war aber selbstverständlich gegeben. Andererseits klagten Mitarbeiter-Genossenschaften, deren Antrag auf kostenlose Überweisung abgelehnt worden war, dass die Liquidierungskommission keine klaren Kriterien zugrunde gelegt und unfaire Entscheidungen getroffen habe.

Dass an den Entscheidungen der Liquidierungskommission Kritik geäußert wurde, ist keineswegs überraschend. Bereits die Interessen der beiden großen sich gegenüber stehenden Lager der *Solidarność*-Anhänger und der Postkommunisten waren sehr unterschiedlich. Den einen ging die Auflösung des *RSW*-Konzerns und die Zerschlagung der monopolistischen Strukturen nicht schnell und radikal genug. Die Nachfolger der PVAP und ihrer ehemaligen Bündnisparteien wollten wiederum retten, was strukturell und materiell zu retten war. Darüber hinaus gab es zum Zeitpunkt der Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft bereits etliche Spaltungen innerhalb des ehemals geschlossenen *Solidarność*-Lagers. Die polnische Gesellschaft war zerrissen – und das spiegelte sich auch in den öffentlich artikulierten Interessen und Anschauungen wider.

Nur vor diesem politischen und gesellschaftlichen Hintergrund kann man die Leistungen bewerten, die die Liquidierungskommission erbracht hat. Ihre Mitglieder, die gleichfalls unterschiedliche politische Bindungen hatten, waren bei der Realisierung des im März 1990 verabschiedeten Liquidierungsgesetzes dazu gezwungen, Kompromisse einzugehen. Damit der im Liquidierungsgesetz vorgesehene Art. 5, der die Möglichkeit der kostenlosen Überweisung einer Publikation an Genossenschaften vorsah, nicht gänzlich ignoriert wurde, wurde ein Teil der *RSW*-Publikationen Mitarbeitern übertragen. Gleichzeitig gab es aber bedeutende strukturelle Veränderungen: Mehr als die Hälfte der privatisierten Zeitungen, Zeitschriften und anderer Periodika – darunter die meisten politisch bedeutenden Blätter – wurde auf dem Wege der öffentlichen Ausschreibungen verkauft und ging auf diese Weise in der Regel in die Hände gänzlich neuer Akteure auf dem polnischen Pressemarkt über. Ein wichtiges Ziel der Liquidierungskommission war es, nach Jahrzehnten relativ homogener Pressestrukturen in Polen eine pluralistische Presselandschaft zu schaffen, in der verschiedene gesellschaftliche Gruppen zu Wort kommen würden. Das ist im Rahmen der Auflösung des *RSW*-Konzerns insofern gelungen, als dass neue Parteien und politische Gruppierungen, Privatleute und verschiedene Unternehmen Zutritt zum polnischen Pressemarkt erhalten hatten – und zwar mit etablierten Titeln.

Neben Privatpersonen und privaten Unternehmen drängten in dieser Phase der Presse-Transformation zahlreiche politische Parteien und Gruppierungen auf den Pressemarkt, die sich um eigene Presseorgane bemühten. Als großer Gewinner der Auflösung des *RSW*-Konzerns konnte im Sommer 1991 die Gewerkschaft *Solidarność* angesehen werden – das galt insbesondere für Danzig. Die *Solidarność* kooperierte dort mit dem französischen Verleger Robert Hersant und wurde so Mitinhaberin sowohl der größten Tageszeitung an der Ostseeküste, *Dziennik Bałtycki* (Tageszeitung der Ostsee), als auch der Abendzeitung *Wieczór Wybrzeża* (Küsten-Abend). Die *Solidarność* in Białystok konnte die Tageszeitung *Gazeta Współczesna* (Zeitgenössische Zeitung) sogar zu 100 Prozent erwerben. Andere lokale *Solidarność*-Verbände hatten an acht weiteren Publikationen Beteiligungen von mehr als 20 Prozent erworben (vgl. *Krajobraz* 1991 : 12; Stankiewicz 1998). Von der Pressestiftung der *Solidarność* wurde die Warschauer Abendzeitung *Express Wieczorny* (Abend-Express) erworben. Hinter dieser Stiftung stand die konservative Partei Zentrums-Verständigung (*PC*), die als christdemokratische Mitterrechts-Partei Lech Wałęsa unterstützte und im Frühjahr 1990 von Kritikern der Mazowiecki-Regierung gegründet worden war. Die Zentrums-Verständigung hatte sich um die populäre Abendzeitung lange im Vorfeld der offiziellen Versteigerung bemüht. Sie bekam Hilfestellung von Präsident Lech Wałęsa, der sich während seiner Amtszeit in Medienangelegenheiten grundsätzlich stark engagierte und sich bei der Auflösung des *RSW*-Konzerns unter anderem für die Zentrums-Verständigung persönlich einsetzte (vgl. *Krajobraz* 1991 : 12).

Weniger Erfolg beim Einsteig in den polnischen Pressemarkt verzeichnete die erz-konservative Christlich-Nationale Vereinigung (*ZChN*), die an die nationalen und religiösen Empfindungen der polnischen Bevölkerung appellierte und sich vor allem den Ruf eines radikalen Abtreibungsgegners erworben hatte. *ZChN* hatte die Versteigerung der Posener Tageszeitung *Gazeta Poznańska* (Posener Zeitung) verloren und lediglich beschränkten Einfluss auf *Dziennik Łódzki* (Lodzer Tageszeitung) erworben: Die Gemeinde Łódź/Lodz, in deren Gemeinderat die Christlich-Nationale Vereinigung die Mehrheit stellte, hatte an dieser Tageszeitung eine Beteiligung in Höhe von 25 Prozent. Ebenfalls mäßig erfolgreich war die nationalistische Partei Konföderation für ein unabhängiges Polen (*KPN*). Diese Partei hatte sich um insgesamt sechs Publikationen bemüht und konnte lediglich bei den Wochenzeitungen *Razem* (Gemeinsam) und *Motor* Erfolge verbuchen (vgl. *Krajobraz* 1991 : 12).

Die Nachfolge-Partei der PVAP, die Sozialdemokratie der Republik Polen (*SdRP*) hatte drei Publikationen erhalten, die früher durch den *Trybuna Ludu*-Verlag herausgegeben worden waren: Die überregionalen Zeitungen *Trybuna* (Tribüne) und *Chłopska Droga* (Der Weg des Bauern) sowie die Lokalzeitung *Życie Żyrardowa* (Leben von Żyrardów). Sie hatte sich ebenfalls um die Wochenzeitung *Wiadomości Skierniewickie* (Nachrichten von Skierniewice) bemüht, doch keinen Erfolg gehabt. Die vom Präsidenten Lech Wałęsa gegründete Bürger-Stiftung (*Fundacja Obywatelska*), die beim nationalen Bürgerkomitee angesiedelt war, bemühte sich um die Tageszeitung *Głos Pomorza* (Küsten-Stimme) in Koszalin. Den Zuschlag bekam in diesem Fall jedoch ein Konsortium, bestehend aus einem privaten Unternehmen, einer

Solidarność-Stiftung und Journalisten²⁰⁵. Die Parteien Bürgerliche Bewegung Demokratische Aktion (*ROAD*), die vom ehemaligen Premier Tadeusz Mazowiecki geführte Demokratische Union (*UD*) sowie das Forum der demokratischen Rechten (*FPD*) hatten sich um einen direkten Zugang zur Presse gar nicht erst bemüht (vgl. *Krajobraz* 1991 : 12 f).

Im Hinblick auf die pluralistische Struktur und die politische Repräsentanz in der Presse spielte neben der direkten Übernahme von Zeitungen und Zeitschriften durch Parteien, politische und soziale Organisationen noch ein weiteres Element eine wichtige Rolle: Wie bereits erwähnt hatten politische und gesellschaftliche Gruppen und Organisationen, die Kirche und Privatpersonen die Möglichkeit, zu den einzelnen Offerten Stellung zu beziehen. Diese als *gesellschaftlich*²⁰⁶ bezeichnete Unterstützung war bei den Entscheidungen der Liquidierungskommission, welcher Bewerber welche Zeitung bekommen sollte, oftmals ausschlaggebend. Das bedeutet, dass die vielen und von verschiedenen Seiten geäußerten Wünsche und Stellungnahmen den polnischen Pressemarkt nach der Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft in nicht unerheblichem Maße geprägt haben. Es darf vermutet werden, dass zumindest einige *Helfer* die Erwartung gehegt haben dürfen, dass ihre Unterstützung während der Privatisierung der *RSW*-Titel ihnen eine spätere Einflussnahme auf die redaktionellen Inhalte ermöglichen würde. Folgerichtig bedeutet dies, dass verschiedene Organisationen und Einzelpersonen, die sich zwar nicht direkt um einen Titel beworben, aber Stellung bezogen hatten, sich damals möglicherweise einen indirekten Zugang zur Presse verschafft haben. Darüber, wer welche Interessen verfolgte, konnte bereits während des Auflösungsprozesses lediglich spekuliert werden: „Da der Wettkampf um die größte Anzahl der wichtigsten Unterstützungen andauerte, ist es schwer zu sagen, welcher unterstützenden Organisation oder Partei Einfluss auf die Zeitung garantiert worden ist und welche es unabhängig davon getan haben.“²⁰⁷ (*Krajobraz* 1991 : 13)

Der Wettbewerb um die *gesellschaftlichen* Unterstützungen war enorm, in manchen Fällen wurde die Liquidierungskommission mit Empfehlungsschreiben regelrecht überschüttet. Beim Verkauf der Wochenzeitung *Temi* beispielsweise beeindruckte die private Gesellschaft Tarnowski Magazyn Ilustrowany mit 18 Unterstützungen. Der Gegenkandidat, die Gesellschaft Liber konnte dies übertreffen und präsentierte 26 unterstützende Empfehlungsschreiben (vgl. *Krajobraz* 1991 : 13; *NIK* 1996 : 469ff.). Die Rangliste der Helfer führten die lokalen *Solidarność*-Verbände an – sie sprachen sich am häufigsten für oder gegen die einzelnen Offerten aus. An zweiter Stelle standen die Bürgerkomitees und lokale Amtsträger. Ebenfalls recht häufig kommentierte die Partei Zentrums-Verständigung (*PC*) die vorgelegten Offerten. In den meisten Fällen blieben die Interventionen der Zentrums-Verständigung (*PC*) allerdings ohne Erfolg, beispielsweise war dies bei den Tageszeitungen *Dziennik Łódzki* (Lodzer Tageszeitung) oder *Gazeta Krakowska* (Krakauer

²⁰⁵ Dass die Bürger-Stiftung mit einem Konsortium, dem eine *Solidarność*-Stiftung angehörte, konkurrierte, zeigt die rasche Aufspaltung der ehemals geschlossenen *Solidarność*.

²⁰⁶ Die Unterstützung galt deshalb als gesellschaftlich, weil verschiedene Gruppe der polnischen Gesellschaft sich an dem Entscheidungsprozess aktiv beteiligen konnten, indem sie ihre Ansichten zum Ausdruck brachten.

²⁰⁷ „Ponieważ trwał wyścig o największą ilość najważniejszych poparc, trudno powiedzieć, której organizacji czy partii popierającej zagwarantowano wpływy w gazecie, a które czyniły to bezinteresownie“.

Zeitung) der Fall. Ungehört blieb ebenfalls die Unterstützung des Liberal-Demokratischen Kongresses (*KLD*) des damals amtierenden Premierministers Jan Krzysztof Bielecki, der sich während der Privatisierung von *Gazeta Olsztyńska* (Allensteiner Zeitung) für die schwedische Gesellschaft Semeco aussprach, die das Blatt zu 100 Prozent übernehmen wollte. Die Liquidierungskommission war in diesem Fall aber der Meinung, dass eine im Nordosten Polens angesiedelte Zeitung nicht ausschließlich in die Hände eines ausländischen Unternehmens gelangen sollte (vgl. *Krajobraz* 1991 : 13; Bajka 1999b : 59).

Die Bürgerliche Bewegung Demokratische Aktion (*ROAD*) und das Forum der Demokratischen Rechten (*FPD*) engagierten sich überhaupt nicht. Die von Tadeusz Mazowiecki geführte Demokratische Union (*UD*) griff nur ein einziges mal – und dann erfolgreich – ins Geschehen ein: Sie unterstützte beim Verkauf der renommierten und höchst begehrten Tageszeitung *Życie Warszawy* (Warschauer Leben) die Gesellschaft *Życie Press*. Präsident Lech Wałęsa ergriff insgesamt viermal Partei: Für die Zentrums-Verständigung (*Express Wieczorny/Abend-Express*), für *Życie Press* (*Życie Warszawy/Warschauer Leben*), für die Gesellschaft *Corso* (*Gromada Rolnik Polski/Gemeinde Polnischer Landwirte*) und – ohne Erfolg – für die Konföderation für ein unabhängiges Polen (*Sztandar Młodych/Standarte der Jugend*) (vgl. *Krajobraz* 1991 : 13).

Auch die Katholische Kirche engagierte sich bei der Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft. Sie unterstützte beispielsweise die private Firma *Czwórka*, die für die Wochenzeitung *Przemiany Ziemi Gnieźnienskiej* (Wandel der Gnesener Erde) den Zuschlag erhielt. Der Danziger Bischof, Tadeusz Gocłowski, setzte sich beim Verkauf der Abendzeitung *Wieczór Wybrzeża* (Küsten-Abend) ohne Erfolg für eine polnische Privatfirma ein. Keinen Einfluss hatte die kirchliche Unterstützung bei den Verkäufen der Wochenzeitung *Tem* und der Tageszeitung *Głos Pomorza* (Küsten-Stimme). Unterstützungen linksorientierter Gruppierungen und der ehemaligen Bündnispartner der PVAP, beispielsweise der Bauern-Partei (*PSL*), der linkskatholischen *PAX*-Bewegung oder der Demokratischen Partei (*SD*) waren in der Regel erfolglos. Ihre Initiative war beim Verkauf der Zeitung *Gazeta Współczesna* (Zeitgenössische Zeitung) ebenso vergeblich wie beim Verkauf der Zeitung *Gromada Rolnik Polski* (Gemeinde Polnischer Landwirte) (vgl. *Krajobraz* 1991 : 13).

Wie die pluralistische Struktur der polnischen Presse nach der Privatisierung der Arbeiterverlagsgenossenschaft in ökonomischer Hinsicht aussah, war bereits unmittelbar nach den Versteigerungen kaum zu überschauen. In den Jahren 1990 und 1991 hatten sich sehr viele private Gesellschaften gegründet, die auf den polnischen Pressemarkt gelangen wollten. Wer hinter diesen Gesellschaften genau stand oder an ihnen direkt oder indirekt Anteile erworben hatte, war in der Regel nicht ersichtlich. „Da [...] viele der polnischen Investoren, die Zeitungen kaufen wollen, nicht über die entsprechenden Mittel verfügen, kommt besonders den Banken eine Schlüsselrolle zu.“ (Bachmann 1991c : 20) Insbesondere die Kattowitzer Handelskreditbank AG hat diese Chance sehr früh ergriffen und schrittweise Anteile an verschiedenen polnischen Pressetiteln erworben. Die Bank, die sich zu 90 Prozent im

Besitz des ehemaligen Kaufmannes Ryszard Janiszewski aus Katowice (Kattowitz) befand, trat bei den Versteigerungen zwar nicht direkt auf. Sie finanzierte aber die Übernahmen, gründete Tochtergesellschaften oder erwarb größere Kontrollpakete an bereits privatisierten Zeitungen. Die Zeitung *Gazeta Krakowska* (Krakauer Zeitung) war beispielsweise von einer Gesellschaft angesehener Krakauer Bürger für 2,5 Milliarden Złoty gekauft worden. Die Übernahme sowie die notwendigen Modernisierungen wurden mit Hilfe eines 15-Milliarden-Kredites der Kattowitzer Bank finanziert. Als Gegenleistung wurde die Bank mit 30 Prozent der Anteile der Eigentümergesellschaft entlohnt. Ähnlich verlief das Verfahren, als die Kattowitzer Handelskreditbank Beteiligungen an den Tageszeitungen *Wieczór* (Abend), *Głos Wybrzeża* (Küsten-Stimme) und *Gazeta Lubuska* (Lubsk-Zeitung) erwarb. Auch bei Publikationen, die Genossenschaften kostenlos überlassen worden waren, erwarb die Kattowitzer Bank auf ähnliche Art und Weise Beteiligungen. Mitarbeiter-Genossenschaften waren in der Regel nicht in der Lage, die Mittel für die dringend benötigten Modernisierungen selbst aufzubringen und mussten deshalb Investoren suchen (vgl. Bachmann 1991c : 20).

Die ursprüngliche Befürchtung vieler Journalisten und Bürger, dass die über 30 interessierten ausländischen Investoren den polnischen Pressemarkt aufkaufen und eine marktbeherrschende Stellung einnehmen würden, bewahrheitete sich in dieser Phase der Presse-Transformation nicht. Die Liquidierungskommission gab aufgrund einer Empfehlung der Sejm-Kommission für Kultur in der Regel polnischen Interessenten den Vorzug. Das Angebot der Wiener Gesellschaft IRSA, die sich um die Zeitung *Gazeta Krakowska* (Krakauer Zeitung) bemühte und für den Titel vier Milliarden Złoty bot, wurde abgelehnt. Stattdessen ging die Krakauer Zeitung für lediglich 2,5 Milliarden Złoty an ein polnisches Konsortium. Auch andere ausländische Firmen verzeichneten wenig Erfolg: Obwohl sie in der Regel weitaus höhere Kaufsummen boten, wurden Zeitungen wie beispielsweise *Gazeta Poznańska* (Posener Zeitung) und *Głos Wybrzeża* (Küsten-Stimme) an polnische Gesellschaften verkauft. Der britische Verleger Robert Maxwell, der sich um *Życie Warszawy* (Warschauer Leben), *Dziennik Łódzki* (Lodzer Tageszeitung) und *Głos Wybrzeża* (Küsten-Stimme) bemühte, ging ganz leer aus.

Als der große Gewinner unter den ausländischen Interessenten konnte lediglich der französische Verleger Robert Hersant angesehen werden: Nach der Auflösung des RSW-Konzerns war Hersant Mitinhaber der Sportzeitung *Tempo* sowie von sechs bedeutenden Regionalzeitungen: *Trybuna Śląska* (Schlesische Tribüne), *Dziennik Zachodni* (Tageszeitung des Westens), *Dziennik Bałtycki* (Tageszeitung der Ostsee), *Express Ilustrowany* (Illustrierter Express), *Dziennik Łódzki* (Lodzer Tageszeitung) und *Wieczór Wybrzeża* (Küsten-Abend). Außerdem war es Hersant im Vorfeld gelungen, Anteile an der Qualitätszeitung *Rzeczpospolita* (Republik) zu erwerben, die außerhalb des Versteigerungsverfahrens privatisiert wurde. Der deutsche Bauer-Verlag erhielt nur einmal den Zuschlag. Er erwarb 48 Prozent der Anteile an der Lodzer Tageszeitung *Dziennik Poranny* (Morgen-Tageszeitung). Italienische Investoren waren bei einer der teuersten und begehrtesten Tageszeitung, *Życie Warszawy* (Warschauer Leben), erfolgreich. Nicola Grauso, Inhaber der sardinischen STEI-Gruppe, war bei *Życie Warszawy* von Beginn an mit 40 Prozent beteiligt (vgl. *Krajobraz* 1991 : 13; *Komisja* 1991 : 2; Stankiewicz 1998).

Dass der französische Verleger Hersant bei den Versteigerungen so erfolgreich war, begründete der zweite Kommissions-Vorsitzende, Kazimierz Strzyczkowski, damit, dass Robert Hersant der einzige ausländische Interessent gewesen sei, der eine mehrheitliche Beteiligung polnischer Investoren an den von ihm erworbenen Publikationen akzeptierte. Anderen ausländischen Interessenten, beispielsweise der deutschen Gesellschaft *Transmarine*, sei der Zuschlag verwehrt worden, da die Gesellschaft eine ausschließlich ökonomisch orientierte Offerte vorgelegt hatte und keinerlei Unterstützung von Journalistenverbänden oder von Redaktionsmitarbeitern vorweisen konnte (vgl. *Krajobraz* 1991 : 13).

1. 6. Die Kritik an der Auflösung des RSW-Konzerns und die Standpunkte der Liquidierungskommission

Die Liquidierungskommission, die in Polen eine neue pluralistische Presselandschaft etablieren sollte, hatte keine einfache Aufgabe zu erfüllen: Bereits bei ihrer Einberufung wurde sie kritisiert und attackiert – das bezog sich zunächst auf ihre Zusammensetzung: Weder Vertreter der beiden Journalistenverbände noch ein Repräsentant der Gewerkschaft *Solidarność* waren im Frühjahr 1990 als Mitglieder der Liquidierungskommission nominiert worden, gleichwohl forderten diese Organisationen immer wieder, an der Arbeit der Liquidierungskommission beteiligt zu werden (vgl. Jakubowski 1990 : 4; Isakiewicz 1990 : 15).

Grundsätzlich ist festzustellen, dass vor allem das im Hau-Ruck-Verfahren entworfene und verabschiedete Gesetz über die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft vom 22. März 1990 die Arbeit der Liquidierungskommission enorm erschwert hat. Der erste Vorsitzende der Auflösungskommission, Jerzy Drygalski, fasste das Dilemma folgendermaßen zusammen: „Es ist paradox – das Liquidierungsgesetz sollte eine Waffe im Kampf gegen die Nomenklatura sein, doch es eröffnete gleichzeitig einen Weg, der Nomenklatura zum Eigentum zu verhelfen, indem das Recht zur Gründung von Journalisten-Genossenschaften eingeräumt wurde. Da die Redaktionsgemeinschaften im System der parteilichen Presselenkung gebildet worden waren, wurde das Recht zur Gründung von Genossenschaften gerade der Nomenklatura zugebilligt.“²⁰⁸ (*Są czystki* 1990) Die polnische Oberste Kontrollkammer (*NIK*) urteilte 1992, dass die im Liquidierungsgesetz vorgesehenen Maßnahmen nicht geeignet gewesen waren, um gleichzeitig sowohl pluralistische Strukturen auf dem Pressemarkt einführen als auch die dringend notwendigen Veränderungen der Besitzverhältnisse durchführen zu können (*NIK* 1996 : 468).

Warum die Regierung des ersten nichtkommunistischen Premiers die Möglichkeit einer kostenlosen Übernahme von *RSW*-Einheiten durch Genossenschaften in das Liquidierungsgesetz aufgenommen hat, kann

²⁰⁸ „Paradoksalne – ustawa o likwidacji miała być orężem walki z nomenklaturą, otworzyła jednocześnie drogę do uwłaszczenia tej nomenklatury, tzn. dała prawo do tworzenia spółdzielni dziennikarskich. Ponieważ zespoły dziennikarskie były formowane w systemie partyjnego kierowania prasy, zatem prawo tworzenia spółdzielni przyznano także właśnie nomenklaturze.“

nur dadurch erklärt werden, dass im Frühjahr 1990 noch immer vier Repräsentanten der PVAP-Nachfolgepartei im Kabinett vertreten waren und das Gesetz einen weiteren Kompromiss zwischen den neuen und den alten Machthabern darstellte. Die relativ vagen *kann*-Bestimmungen im Liquidierungsgesetz sollten beide Seiten befriedigen: Die neuen Sozialdemokraten konnten darauf hoffen, dass der Art. 5 des Liquidierungsgesetzes von der Liquidierungskommission wohlwollend interpretiert werden würde. Dass bedeutet, dass möglichst viele *RSW*-Titel Mitarbeiter-Genossenschaften kostenlos worden übertragen wären und dadurch ein relativer Fortbestand der von der PVAP geschaffenen Strukturen gewährleistet worden wäre. Die Regierungsvertreter des Bürgerkomitees wollten eine möglichst baldige Auflösung des Pressemonopolisten *RSW* durchsetzen und hofften mit der Möglichkeit des Verkaufs von *RSW*-Titeln (Artikel 6) die Lösung gefunden zu haben, um alte Strukturen aufzubrechen und neue Kräfte zum Pressemarkt zuzulassen.

Dieser Kompromiss, den manche als *faul* bezeichnen haben²⁰⁹, hatte für die Arbeit der Liquidierungskommission weit reichende Folgen. Um dieses Wörtchen *kann*²¹⁰ im Art. 5 entbrannte ab Frühjahr 1990 ein heftiger Streit, der monatelang währte. Ungefähr 150 Redaktionen hatten Genossenschaften gegründet und bemühten sich um die kostenlose Übernahme ihrer Zeitung oder Zeitschrift. Die Kommission beschloss aber, die meisten und wichtigsten Publikationen im Wege einer Ausschreibung zu verkaufen (vgl. *Komisja* 1991 : 2). Der Kommissions-Vorsitzende, Jerzy Drygalski, begründete diese Entscheidung folgendermaßen: „Die Kommission ist überzeugt, dass eine wirkliche Zerschlagung der alten Partei-Strukturen nicht eintreten wird, wenn nicht neue gesellschaftliche Kräfte zur Presse des ehemaligen *RSW*-Konzerns zugelassen werden. Darin enthalten ist ein Quantum Gerechtigkeit. Es ist eine einfache Feststellung, dass diejenigen, die für eine freie Presse gekämpft haben und nicht selten dafür im Gefängnis einsaßen, Zugang zu ihr erhalten sollten.“²¹¹ (Drygalski 1990 : 11) Die Liquidierungskommission argumentierte, dass bei ihren Entscheidungen, ob Genossenschaften eine Publikation erhalten sollten oder nicht, drei Aspekte eine zentrale Rolle gespielt haben (vgl. Drygalski 1990 : 11):

1. Die Rentabilität einer Publikation: Die Kommission hatte entschieden, dass defizitäre Publikationen nicht von Genossenschaften übernommen werden sollten.
2. Die gesellschaftliche Akzeptanz. Gegen sehr viele Anträge von Genossenschaften wurde von verschiedenen gesellschaftlichen und politischen Gruppierungen – vor allem von Bürgerkomitees und der Gewerkschaft *Solidarność* – Protest eingelegt.
3. Die Situation in der Redaktion. Hierbei war es von Belang, ob die Belegschaft untereinander zerstritten war.

²⁰⁹ Zur gleichen Zeit, als das Liquidierungsgesetz entworfen und verabschiedet wurde, kritisierte Lech Wałęsa die allzugroße Kompromissbereitschaft von Mazowiecki und den Vertretern des Bürgerkomitees gegenüber den PVAP-Nachfolgern und erklärte der Regierung Mazowiecki den *Krieg von unten* (vgl. Urban 1998 : 102).

²¹⁰ Vgl. hierzu Abschnitt 1.2. in diesem Kapitel.

²¹¹ „W przekonaniu komisji nie nastąpi rzeczywiste rozbitcie starego i partyjnego układu politycznego bez dopuszczenia nowych sił politycznych do prasy byłego koncernu *RSW*. Jest w tym doza elementarnej sprawiedliwości. Proste stwierdzenie, że ci, którzy walczyli o wolną prasę i nieżadko siedzieli za tą prasę w więzieniach powinni mieć dostęp na jej łamy.“

Die Kommission entschied, eine Publikation grundsätzlich dann zu verkaufen, wenn die gesellschaftliche Akzeptanz nicht gegeben war. Auch andere Gründe sprachen dafür, die meisten Zeitungen und Zeitschriften im Wege einer Ausschreibung zu verkaufen: Die Kommission befürchtete, dass viele Genossenschaften, die im allgemeinen über keine solide finanzielle Basis verfügten, sich auf dem Pressemarkt nicht lange halten oder dass sie aus Kapitalmangel unkontrollierbare Kooperationen mit ausländischem Kapital eingehen würden (vgl. Bikont 1990d; Drygalski 1990 : 11).

In der zweiten Etappe der Auflösung des *RSW*-Konzerns verlagerte sich die Kritik auf die Ergebnisse der Versteigerungen von Zeitungen und Zeitschriften. Ein Vorwurf, zu dem die Kommission häufig Stellung bezog, lautete, dass sie nicht ausreichend transparent arbeite. Bei der Entscheidung, wer bei den Versteigerungen eine Publikation erhalten solle, vertrat die Kommission den Standpunkt, dass das höchste Gebot nicht das wichtigste Kriterium darstellen sollte. Die Oberste Kontrollkammer (*NIK*) stellte bei einer späteren Überprüfung der Tätigkeit der Liquidierungskommission fest, dass dem polnischen Staat insgesamt 72 Milliarden alte Polnische Złoty²¹² entgangen waren, weil bei den Versteigerungen oftmals nicht das höchste Gebot den Zuschlag hat. Das war bei 43 Prozent aller Versteigerungen der Fall (*NIK* 1996 : 467 u. 469).

Gegenstand heftiger Debatten war von Anfang an ebenfalls die Personalpolitik der Liquidierungskommission. Konkret betraf dies die Entlassung von Redaktionsleitern sowie die Ernennung neuer Chefredakteure. Der Gewerkschaft *Solidarność* war das Vorgehen der Kommission beispielsweise nicht radikal genug (vgl. Bikont 1990d). Die nach der Verhängung des Kriegsrechts 1982 gegründete und regimetreue Journalistenvereinigung *SD RP* warf der Kommission wiederum vor, dass sie sich bei den Entlassungen von Redakteuren nicht an professionellen, sondern an politischen Kriterien orientiere (vgl. Podkowinski 1990). Die Liquidierungskommission begründete ihre Vorgehensweise folgendermaßen: Da die Redaktionen des *RSW*-Konzerns unter der Kontrolle der parteilichen Presselenkung entstanden waren, hätten die personellen und organisatorischen Strukturen nicht beibehalten werden dürfen. Den Vorwurf, dass die Kommission *politische Säuberungsaktionen* vornehme, wiesen ihre Mitglieder vehement zurück. In den Fällen, in denen die Kommission neue Redaktionsleiter eingesetzt hatte, geschah dies zumeist auf Wunsch der Redaktionsgemeinschaften, die sich an die Kommission gewandt hatten (vgl. *Sq czystki* 1990). Die permanente Kritik an der Arbeit der Liquidierungskommission beschäftigte auch die Abgeordneten im Sejm. In den ersten sechs Monaten nach ihrer Einberufung gingen bei verschiedenen Sejm-Kommissionen über 40 Klagen ein (vgl. *Hamowanie* 1991 : 1). Es wurde ein Untersuchungsausschuss einberufen, der sich aus den Mitgliedern der Sejm-Kommissionen für Kultur und Medien, für Verwaltung und innere Angelegenheiten, für Recht sowie für Landwirtschaft und Nahrung zusammensetzte (vgl. *Komisja* 1991 : 2). Am 27. Oktober 1990 gaben die Mitglieder des Untersuchungsausschusses ihr Ergebnis bekannt: Die

²¹² Im Jahre 1991 waren es rund 13 Millionen DM.

Abgeordneten stellten fest, dass die Liquidierungskommission weder in der Anfangsphase noch bei der Erarbeitung des Plans zur Bewirtschaftung des *RSW*-Konzerns die Vorschriften des Liquidierungsgesetzes verletzt oder ihre Befugnisse überschritten hatte. Die Mitglieder des Untersuchungsausschusses waren der Ansicht, dass die Kriterien, die die Kommission zugrunde gelegt hatte, gerechtfertigt waren. Die Abgeordneten verteidigten auch die Personalpolitik der Liquidierungskommission: Die Umsetzung des Liquidierungsgesetzes habe nicht bedeuten können, dass die Redaktionen in ihrer bisherigen Zusammensetzung bestehen geblieben wären. Vielmehr habe es des aktiven Handelns der Liquidierungskommission bedurft, welche unter anderem das Recht besaß, Chefredakteure abzusetzen und neue einzuberufen (vgl. *Zespól* 1990 : 9).

Nachdem die Liquidierungskommission vom Untersuchungsausschuss entlastet worden war, versuchten Gegner der Auflösung des *RSW*-Konzerns die Privatisierung der Publikationen auf eine andere Weise zu blockieren: Am 23. November 1990 forderten 83 Abgeordnete – hauptsächlich vom Parlamentarischen Klub der Demokratischen Linken (*PKLD*) und der Bauern-Partei (*PSL*) – eine Änderung des Gesetzes vom 22. März 1990. In der neuen Fassung sollte die im Art. 5 enthaltene Bestimmung, dass Bestandteile des *RSW*-Konzerns an Genossenschaften kostenlos übertragen werden können, verbindlich sein. Dieser Antrag wurde zunächst am 13. Dezember 1990 von der Sejm-Kommission für Kultur und Medien abgelehnt. Am 4. Januar 1991 stimmten die Abgeordneten des Sejms über die beantragte Novellierung des Liquidierungsgesetzes ab. 131 Abgeordnete waren dagegen, 111 sprachen sich für eine Novellierung aus, 41 Parlamentarier enthielten sich der Stimme (vgl. *Zespól* 1990 : 9).

Auch Mitarbeiter-Genossenschaften versuchten, die Privatisierung der *RSW*-Titel zu verhindern und wählten unter anderem den Rechtsweg. Ab November 1990 klagten mehrere Genossenschaften, deren Antrag von der Liquidierungskommission abgelehnt worden war, auf eine kostenlose Überweisung ihrer Publikation an die Belegschaft. Während die meisten Klagen vor Gericht abgewiesen wurden, waren einige Genossenschaften durchaus erfolgreich, darunter beispielsweise die Mitarbeiter der Zeitung *Gromada Rolnik Polski*. Das zuständige Gericht verbot es der Liquidierungskommission, diesen Titel zum Verkauf auszuschreiben. Dieses Urteil hatte zur Folge, dass die geplante Privatisierung der bekannten Zeitung für Landwirte erheblich verzögert wurde (vgl. Roguski 1991e : 3). Durchgesetzt haben sich ebenfalls Gegner des ersten Vorsitzenden der Liquidierungskommission, Jerzy Drygalski. Die Vorwürfe gegen Drygalski, insbesondere, dass er zu stark Partei beziehe, wollten nicht enden. Ende 1990 wurde schließlich der Jurist Kazimierz Strzyczkowski zum neuen Vorsitzenden ernannt (vgl. *Komisja* 1991 : 2).

2. Die Entwicklung des Pressemarktes seit 1991: Die Kräfte des freien Marktes definieren die Struktur

Die Privatisierung der Publikationen der Arbeiterverlagsgenossenschaft war nur die erste, wenngleich elementare Etappe im Transformationsprozess der polnischen Presse. Die von der *RSW*-Liquidierungskommission initiierte Neustrukturierung des polnischen Pressemarktes als eine Mischung von alten und neuen Akteuren bei gleichzeitiger außenpluralistischer Präsenz verschiedener politischer Strömungen war nicht von langer Dauer. Die zwischen 1990 und 1991 so oft gestellte Frage, wer die polnische Presse bekommen sollte, die damit verbundenen hitzig geführten Debatten sowie der Umstand, dass bei der Privatisierung der *RSW*-Titel nicht nur ökonomische, sondern ebenso gesellschaftliche und politische Aspekte eine wichtige Rolle gespielt haben, erscheinen im Rückblick beinahe absurd. Ohne jegliche rechtliche Beschränkungen und ohne einen ideellen Überbau entwickelte sich die polnische Presse zum ganz profanen Wirtschaftsgut und es waren die Kräfte des Marktes, die nach dem Sommer 1991 einen erneuten Strukturwandel in Gang setzten.

Zunächst kann festgehalten werden, dass die Besitzverhältnisse an den verschiedenen Publikationen des aufgelösten *RSW*-Konzerns zum Teil unmittelbar nach den so genannten Versteigerungen wechselten. Ausnahmslos alle Publikationen des ehemaligen *RSW*-Konzerns benötigten dringend Kapital, um notwendige Modernisierungen vornehmen zu können. Die während der Privatisierung des *RSW*-Konzerns mit Titeln bedachten Genossenschaften, Organisationen und Parteien konnten es sich nicht leisten, ihre Publikationen im Alleingang zu unterhalten und zu sanieren. Dafür mussten Investoren gefunden werden, was zur Folge hatte, dass diese innerhalb kürzester Zeit manchmal nur ein Minderheitspaket, häufig aber weit mehr als die Hälfte der Anteile an den ehemaligen *RSW*-Publikationen erwarben. Zur Gruppe bedeutender polnischer Investoren zählten vor allem große Banken und Versicherungsunternehmen sowie einige vermögende Privatpersonen. Da nach der Privatisierung der *RSW*-Publikationen keinerlei rechtliche Beschränkungen für ausländische Investoren existierten, nutzten viele ausländische Verleger und Unternehmen diese Chance und begannen ab 1991, den polnischen Pressemarkt schrittweise zu erobern, indem sie zunächst Anteile an polnischen Publikationen erwarben.²¹³

Nach der ersten Phase der Transformation der polnischen Presse, welche durch die Auflösung des *RSW*-Konzerns, Zeitungsneugründungen sowie einen katastrophalen Zusammenbruch des Pressemarktes²¹⁴ gekennzeichnet war und einen grundlegenden Wandel zur Folge hatte, lassen sich die weiteren Transformations- und Entwicklungsschritte im Presse-Sektor folgendermaßen einteilen (vgl. Bajka 1999b : 56):

1. **Die Jahre 1991-1993:** In dieser Phase erholt sich der Pressemarkt von der Krise. Das bezieht sich einerseits auf eine dynamische Entwicklung im Zeitschriften-Sektor (zunächst bei den monatlich

²¹³ Siehe hierzu Kapitel VII, Abschnitt 2 zu ausländischen Investitionen.

²¹⁴ Vgl. hierzu Abschnitt 1.1. in diesem Kapitel.

erscheinenden, dann bei den 14-tägig erscheinenden Publikationen) und andererseits auf eine Verdoppelung der Anzahl von Zeitungstiteln, bei gleichzeitigem Rückgang der Auflagen einiger Zeitungen.

2. **Die Jahre 1994-1996:** In dieser Phase kommt es zu einem massiven Marktzutritt neuer, in hoher Auflage gedruckter wöchentlich erscheinender Zeitschriften, die bei den polnischen Lesern und Leserinnen auf ein großes Interesse stoßen – auf Kosten von Tageszeitungen, die weniger rezipiert werden.
3. **Die Jahre 1997-2001:** In dieser Phase tritt eine Marktberuhigung ein. Publikationen mit häufiger Erscheinungsweise verzeichnen einen Leserschwund. Insgesamt nimmt die Leserschaft ab.

Die neuen Marktbedingungen und die wettbewerbsorientierte Realität stellten für die meisten polnischen Publikationen – die alten, die reaktivierten, aber auch die neu entstandenen Titel – eine Herausforderung dar. Um in der neuen Situation überleben zu können, schlugen die einzelnen Publikationen verschiedene Strategien ein, die nachfolgend beschrieben werden. Begleitet wurde dieser Prozess von einer weiteren *revolutionären* Transformation: Dem Übergang zu Computer-gestützten Redaktionssystemen, zum Offset-Druck, zu besserer Papier- und graphischer Qualität, zu neuen Redaktionsmanagement-Methoden sowie schließlich dem Einstieg in die Ära des Internets²¹⁵.

Im Jahre 2000 existierten in Polen insgesamt 3.889 regelmäßig erscheinende Publikationen. Der Presse-Sektor setzte sich aus folgenden Segmenten zusammen (vgl. *Katalog 2000*: 2ff.):

Publikationsgattung nach Erscheinungsweise	Anzahl (insgesamt)	Verbreitung		
		überregional	regional	lokal
Tageszeitungen	69	(allgemeine) 6 (spezialisierte) ²¹⁶ 5	44	14
wöchentlich erscheinende Publikationen	459	147	33	279
14-tägig erscheinende Publikationen	218	107	13	98
Monatsblätter	1.164	886	65	213
zweimonatliche Publikationen	260	235	12	13
Quartalsblätter	665	508	54	103
sonstige regelmäßig erscheinende Publikationen	1.049			1.049 (sublokal)

²¹⁵ Nur kleine und unbedeutende Medien verzichten auf einen Internet-Auftritt (vgl. Bajka 2000b : 141).

²¹⁶ Im Katalog der polnischen Medien werden in der Kategorie der landesweiten Tageszeitungen drei weitere Titel aufgeführt, die hier nicht berücksichtigt werden. Dabei handelt es sich um das Bulletin der Warschauer Börse, *Cedula Gieldy Warszawskiej*, das Fachblatt für medizinische Dienstleitungen, *Sluzba Zdrowia*, sowie um das Fachblatt für Autoanzeigen, *Gielda Samochodowa* (vgl. *Katalog 2000* : 2ff.).

2. 1. Tageszeitungen

„Einige Wissenschaftler, die sich mit der Transformation der polnischen Presse in den 90er Jahren beschäftigen, sind der Ansicht, dass sich von allen Pressegeattungen die tagesaktuelle Presse am meisten verändert hat und dass sie den höchsten Preis für den Wandel zahlen musste.“²¹⁷ (Bajka 1999b : 56) Diese Einschätzung 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 ist²¹⁸, von denen wiederum im Durchschnitt nur 3.000.000 verkauft werden konnten. Mit dieser Entwicklung einher ging ein signifikanter Leserverlust der tagesaktuellen Presse – ein Phänomen, dass Verlegern westeuropäischer Länder gleichfalls sehr viele Sorgen bereitet.

Ende der achtziger Jahre waren es noch 78 Prozent der polnischen Bevölkerung, die erklärten, regelmäßig²¹⁹ oder gelegentlich eine Tageszeitung zu lesen. Ein Jahrzehnt später war es ein Viertel weniger. Bereits 1996 zählten nur noch 60 Prozent der polnischen Bevölkerung zu regelmäßigen oder gelegentlichen Tageszeitungslesern. Regelmäßig lasen eine Tageszeitung nur noch 31 Prozent aller polnischen Leser und Leserinnen. Dieser Trend wurde durch Untersuchungen im Jahre 1999 bestätigt (vgl. Filas 1997 : 26; Bajka 1999b : 56; Sobczak 1999 : 59; Ryk 2000).

Der Leserrückgang bei Tageszeitungen vollzog sich nicht linear, sondern in einer Welle. Nach dem Zusammenbruch des polnischen Pressemarktes im ersten Jahr nach dem Systemwechsel und der einsetzenden politischen und ökonomischen Transformation erfolgte ab 1991 vorübergehend eine Zunahme der Auflagen und Titel tagesaktueller Zeitungen. Dieser Wachstumstrend erreichte seinen Höhepunkt im Jahre 1992. Über 20 alte und neue Titel mussten seitdem eingestellt werden, gleichzeitig sank das Engagement, eine neue Tageszeitung zu gründen, aufgrund des hohen Investitionsvolumens und relativ großen Risikos beinahe auf Null (vgl. Bajka 1999b : 57; Sobczak 1999 : 61 u. 66ff.). Die folgende Tabelle bietet einen Überblick über den Entwicklungsverlauf auf dem polnischen Tageszeitungsmarkt.

²¹⁷ „Niektórzy badacze transformacji prasy w Polsce w latach 90. twierdzą, że spośród wszystkich jej gatunków najbardziej zmieniła się prasa codzienna oraz że to ona zapłaciła najwyższą cenę.“

²¹⁸ Der drastische Rückgang muss relativiert werden. Erstens betrug der durchschnittliche Umfang polnischer Tageszeitungen in der Ära der Volksrepublik Polen acht bis zwölf Seiten. Tageszeitungen der neunziger Jahre hatten dagegen einen Umfang von bis zu 100 Seiten. Zweitens wurden Tageszeitungen in den achtziger Jahren oftmals nicht nur aufgrund der Lektüre gekauft, sondern auch zu sanitären Zwecken verwendet, da Toilettenpapier oftmals Mangelware war.

²¹⁹ Laut Ryszard Filas, der beim Krakauer Presseforschungsinstitut (*Ośrodek Badań Prasoznawczych*) für die Leserforschung zuständig ist, bedeutet regelmäßige Nutzung, dass eine Tageszeitung täglich gelesen wird. Gelegentlich bedeutet, dass eine Tageszeitung mindestens einmal in zwei Wochen gelesen wird.

Die Entwicklung auf dem polnischen Tageszeitungsmarkt

Jahr	Titelanzahl	Durchschnittliche einmalige Auflage
1989	53	7.511.000
1990	73	5.357.000
1991	74	5.625.000
1992	80	6.604.000
1993	78	6.735.000
1994	74	5.754.000
1995	68	4.933.000
1996	59	4.420.000
1997	61	4.437.000
1998	62	4.380.000
1999	59	4.270.000

Quelle: Bajka 1999b : 57

Die neunziger Jahre können als eine Phase der Bereinigung auf dem polnischen Tageszeitungsmarkt betrachtet werden. Für alte und neue Titel gab es folgende Entwicklungsoptionen:

Alter Titel (gegründet vor 1989)	Neue Titel (reaktiviert oder 1989 und danach gegründet)
- Beibehaltung der Marktposition	- Übernahme der Marktposition
- Verlust der Marktposition, jedoch Beibehaltung der Marktpräsenz	- Marktpositionierung als zweiter, dritter etc. Anbieter
- Publizistische Umorientierung	- Publizistische Innovation
- Änderung der Erscheinungsweise	- Änderung der Erscheinungsweise
- Fusion mit einer anderen Publikation	- Fusion mit anderer Publikation
- Einstellung	- Einstellung

Rückblickend betrachtet kann man feststellen, dass alle erwähnten potentiellen Entwicklungsoptionen während der Transformation und der weiteren Entwicklung der polnischen Presse aufgetreten sind. Teilweise sind alte Titel vom Markt verschwunden, teilweise haben sie überlebt. Teilweise konnten sich Neugründungen auf dem Markt durchsetzen, teilweise verzeichneten sie erhebliche Misserfolge. Die folgenden Tabellen vermittelt einen Überblick über die erfolgreichsten polnischen Tageszeitungen rund zehn Jahre nach Beginn der Transformation sowie über die landesweiten und regionalen verlegerischen Initiativen im Tageszeitungsbereich und deren Entwicklungsverlauf.

Die erfolgreichsten polnischen Tageszeitungen

	Titel	Durchschnittliche Auflage im Jahre 2001	Leserreichweite/Anteil in der Gesamtbevölkerung in Prozent im Jahre 2000
1.	<i>Gazeta Wyborcza</i> (Wahl-Zeitung)	448.000	16,2
2.	<i>Super Express</i> (Super-Express)	340.000	13,5
3.	<i>Rzeczpospolita</i> (Republik)	199.000	5,0
4.	<i>Gazeta Pomorska</i> (Küsten-Zeitung)	104.000	3,0
5.	<i>Dziennik Zachodni</i> (Tageszeitung des Westens)	96.000	5,4
6.	<i>Dziennik Sportowy</i> (Sport-Tageszeitung)	90.000	3,4
7.	<i>Express Ilustrowany</i> (Illustrierter Express)	77.000	2,3
8.	<i>Dziennik Polski</i> (Tageszeitung von Polen)	74.000	1,9

9.	<i>Dziennik Bałtycki</i> (Tageszeitung der Ostsee)	67.000	2,7
10.	<i>Głos Wielkopolski</i> (Stimme von Großpolen)	65.000	2,2
11.	<i>Trybuna Śląska</i> (Schlesische Tribüne)	64.000	2,3
12.	<i>Gazeta Lubuska</i> (Lubusk-Zeitung)	57.000	1,7
13.	<i>Gazeta Poznańska</i> (Posener Zeitung)	51.000	2,0
14.	<i>Trybuna</i> (Tribüne)	47.000	1,4
15.	<i>Życie</i> (Leben)	43.000	1,4

Quellen: Ryk 2000; *Polskie* 2000 : 92; *Planeta* 2002 : 31 u. 33.).

Gelungene Neugründungen im Tageszeitungs-Sektor nach 1989

Titel der Publikation	Ort	Art der Publikation
1. <i>Gazeta Wyborcza</i> (Wahl-Zeitung)	Warszawa (Warschau)	Allgemeine überregionale Tageszeitung
2. <i>Super Express</i> (Super-Express)	Warszawa (Warschau)	Allgemeine überregionale Tageszeitung
3. <i>Życie</i> (Leben)	Warszawa (Warschau)	Allgemeine überregionale Tageszeitung
4. <i>Nasz Dziennik</i> (Unsere Tageszeitung)	Warszawa (Warschau)	Katholische überregionale Tageszeitung
5. <i>Gazeta Giełdy Parkiet</i> (Börsen-Zeitung Parkett)	Warszawa (Warschau)	Überregionale Wirtschaftszeitung
6. <i>Prawo i Gospodarka</i> (Recht und Wirtschaft)	Warszawa (Warschau)	Überregionale Wirtschaftszeitung
7. <i>Puls Biznesu</i> (Puls der Wirtschaft)	Warszawa (Warschau)	Überregionale Wirtschaftszeitung
8. <i>Głos</i> (Stimme)	Warszawa (Warschau)	– musste in eine Wochenzeitung umgewandelt werden
9. <i>Gazeta Rolnicza</i> (Landwirtschaftliche Zeitung)	Warszawa (Warschau)	Landwirtschaftszeitung – musste in eine Wochenzeitung umgewandelt werden
10. <i>Kurier Poranny</i> (Morgen-Kurier)	Białystok	Regionale Tageszeitung
11. <i>Express Bydgoski</i> (Express von Bromberg)	Bydgoszcz (Bromberg)	Regionale Tageszeitung
12. <i>Życie Częstochowy</i> (Leben von Częstochowa)	Częstochowa (Tschenstochau)	Regionale Tageszeitung
13. <i>Ziemia Kaliska</i> (Erde von Kalisz)	Kalisz	Regionale Tageszeitung – musste 1999 in eine Wochenzeitung umgewandelt werden
14. <i>Głos Koszaliński/Ślupski</i> (Stimme von Koszalin/Ślupsk)	Koszalin	Regionale Tageszeitung
15. <i>Wiadomości Dnia</i> (Nachrichten des Tages)	Łódź (Lodz)	Regionale Tageszeitung – fusionierte in Jahre 2000 mit der Tageszeitung <i>Dziennik Łódzki</i>
17. <i>Nowa Trybuna Opolska</i> (Neue Tribüne von Oppeln)	Opole (Oppeln)	Regionale Tageszeitung
18. <i>Super Nowości</i> (Super-Neuigkeiten)	Rzeszów	Regionale Tageszeitung

Quellen: Bajka 1999b : 62; *Południk* 2000; *Rakowicz* 2000; *Adamowicz* 2000; *Szczepaniak* 2000; *Matusz* 2000.

Nicht gelungene Neugründungen im Tageszeitungs-Sektor nach 1989²²⁰

Titel der Publikation	Ort	Art der Publikation
1. <i>Glob 24</i>	Warszawa (Warschau)	Allgemeine Tageszeitung
2. <i>Obserwator Codzienny</i> (Täglicher Beobachter)	Warszawa (Warschau)	Allgemeine Tageszeitung
3. <i>Nowy Świat</i> (Neue Welt)	Warszawa (Warschau)	Allgemeine Tageszeitung
4. <i>Życie Codzienne</i> (Tägliches Leben)	Warszawa (Warschau)	Allgemeine Tageszeitung
5. <i>Nowa Europa</i> (Neues Europa)	Warszawa (Warschau)	Überregionale Wirtschaftszeitung
6. <i>Ogólnopolska Gazeta Giełdowa</i>	Warszawa (Warschau)	Überregionale Börsenzeitung

²²⁰ Das bedeutet, dass diese Publikationen nach kurzer Zeit wieder eingestellt werden mussten.

(Gesamtpolnische Börsen-Zeitung)		
7. <i>Dziennik Bezkiński</i> (Tageszeitung der Beskiden)	Bielsko-Biala	Regionale Tageszeitung
8. <i>Trybuna Łódzka</i> (Tribüne von Łódź)	Łódź (Lodz)	Regionale Tageszeitung
9. <i>Gazeta Gdańska</i> (Danziger Zeitung)	Gdańsk (Danzig)	Regionale Tageszeitung
10. <i>Czas Krakowski</i> (Krakauer Zeit)	Kraków (Krakau)	Regionale Tageszeitung

Quellen: Bajka 1999b : 62; Mielczarek 1998 : 197ff.

2. 1. 1. Die alten überregionalen und regionalen Titel

Die Entwicklung von Titeln, die bereits in der Ära der Volksrepublik Polen existiert haben und in den Jahren 1990 und 1991 privatisiert wurden, war recht unterschiedlich. Auf landesweiter Ebene überlebten lediglich zwei von insgesamt zehn alten Titeln, die im Jahre 1989 überregional verbreitet worden waren, die Transformation und die neuen wettbewerbsorientierten Marktbedingungen. Dabei handelt es sich um die Tageszeitungen *Rzeczpospolita* und *Trybuna*.

Rzeczpospolita

Die ehemalige Regierungszeitung *Rzeczpospolita* (Republik), die als eine der renommiertesten Qualitätszeitungen Polens gilt, wurde Anfang der neunziger Jahre außerhalb der Versteigerungen von *RSW*-Titeln privatisiert. Die Zeitung wurde im Februar 1991 in die GmbH Presspublica integriert, an der zunächst die polnische Regierung (51 Prozent) und der französische Konzern Socpress/Hersant (49 Prozent) beteiligt waren. Bereits im Spätherbst 1989 hatte Tadeusz Mazowiecki mit dem im Oktober 1989 zum Chefredakteur ernannten und in Polen sehr bekannten Publizisten Dariusz Fikus die Vereinbarung getroffen, dass *Rzeczpospolita* nicht mehr als ein Regierungsorgan fungieren sollte. Die Ambition des Redaktionsteams war es, aus *Rzeczpospolita* eine anspruchsvolle, informative und von jeglicher politischen Ausrichtung unabhängige Tageszeitung zu machen. Dies ist Dariusz Fikus und seinen Kollegen innerhalb kürzester Zeit auch gelungen (vgl. Mielczarek 1998 : 189ff.; Bajka 1999b : 64; *Rzeczpospolita* 1998 : 14f.).

Gleich nach der Privatisierung wurden bei der *Rzeczpospolita* grundlegende Umstrukturierungen vorgenommen und ein neues redaktionelles Konzept eingeführt, das sehr schnell viele Leser fand. Neben dem allgemeinen politischen Teil von *Rzeczpospolita* wurden zwei neue Teile eingeführt, die auf farbigem Papier gedruckt werden: der Wirtschaftsteil und der so genannte gesellschaftlich-rechtliche Teil, in dem wichtige Dokumente und Gesetze veröffentlicht werden. *Rzeczpospolita* entwickelte sich auf diese Weise zur Pflichtlektüre für Beamte, Politiker, Juristen und Manager (Sobczak 1999 : 74; Heimann 1996 : 69).

Um ihre Unabhängigkeit muss die Qualitätszeitung seit rund zehn Jahren kontinuierlich kämpfen. Alle seit 1992 amtierenden Regierungen haben versucht, in kleinerem oder größerem Maße Einfluss auf *Rzeczpospolita* auszuüben. Dabei zeigte es sich, dass die Beteiligung ausländischen Kapitals an dieser Zeitung nicht eine Bedrohung darstellte, sondern im Gegenteil die Unabhängigkeit von *Rzeczpospolita*

schützte: „Foreign investments helped to make *Rzeczpospolita* an almost independent, information based paper. [...] [In 1992 – K. H.] it was too late to make the daily again a mouthpiece of the government.“ (Goban-Klas 1994 : 222) Dies setzte sich auch fort, als sich die Eigentumsverhältnisse bei Presspublica nach dem Rückzug des französischen Verlegers Hersant aus Polen änderten. Im Jahre 1996 übernahm der norwegische Konzern Orkla die Hersant-Anteile sowie zwei Prozent von der polnischen Regierung. Seitdem ist Orkla Media Mehrheitseigner (51 Prozent) von *Rzeczpospolita* (vgl. Bajka 1999b : 64). Dass diese Zwitter-Konstruktion – halb privat, halb staatlich – eine elementare strukturelle Schwäche von *Rzeczpospolita* darstellt, zeigt die aktuelle Entwicklung seit der Regierungsübernahme durch die polnische Linke (*SLD-UP-PSL*) im Herbst 2001. So beklagte der Vorstandschef von Presspublica, Grzegorz Gauden, dass zwar alle Regierungen versucht hätten, auf den Verlag Einfluss zu nehmen, „aber keine auf eine so brutale, so altmodische Apparatschik-Art“ (Roser 2002 : 21).²²¹

Trybuna

Das frühere Organ der PVAP, die ehemals auflagenstärkste und großformatige *Trybuna Ludu* (Volks-Tribüne), erschien im Jahre 2001 in einem kleineren Format als *Trybuna* (Tribüne) weiter. *Trybuna* bezeichnet sich als sozialdemokratische Zeitung und gilt als Organ der Demokratischen Linksallianz (*SLD*). Anfang der neunziger Jahre litt die Zeitung unter ihrem lädierten Image. Ihr historisches Erbe als ehemalige Parteizeitung der Kommunisten sowie scharfe, polemische Attacken gegen den politischen Gegner brachten *Trybuna* wenige Sympathien. Wirtschaftlich litt die Zeitung damals unter einem extremen Leserschwund, was in den Jahren 1990 und 1991 zu Massenentlassungen führte. Erst nach den durch die Linksallianz 1993 gewonnen Wahlen ist das Ansehen von *Trybuna* erstmals wieder ein wenig gestiegen. Bei der Auflagenhöhe belegte *Trybuna* im Jahre 2000 den 15. Platz.

Obwohl *Trybuna* die Demokratische Linksallianz offen unterstützte, galt sie in den neunziger Jahren nicht mehr als eine klassische Parteizeitung. Beispielsweise wurden keine offiziellen Parteidokumente abgedruckt. „Ich habe versucht, aus *Trybuna* eine unabhängige links ausgerichtete Zeitung zu machen“²²² (*Kto* 2000 : 5), erklärte der ehemalige *Trybuna*-Chefredakteur, Janusz Rolnicki, nach seiner Entlassung im Januar 2000, die vom jetzigen polnischen Premier Leszek Miller forciert worden war. Neuer Chef wurde der *SLD*-Abgeordnete Andrzej Urbańczyk, der in seinen beiden Verpflichtungen keinen Interessenskonflikt sah und öffentlich erklärte, dass man von niemanden verlangen könne, unabhängig zu sein, da niemand von seinen Gedanken und Ansichten unabhängig sein könne (vgl. Pisarek 1999 : 139; Mielczarek 1998 : 164f.; Ryk 2000; *Kto* 2000 : 5).

²²¹ Seit Anfang 2002 überzieht die staatliche Holding den norwegischen Mehrheitsgesellschafter mit Anzeigen und wirft Orkla Media geschäftsschädigendes Verhalten vor. Die Regierung nutzt wiederum die Dienste der dem Justizministerium direkt unterstellten Staatsanwaltschaft: So müssen sich einige Presspublica-Mitarbeiter regelmäßig beim zuständigen Kommissariat melden, einigen Mitarbeitern wurde der Pass entzogen. Diese Praxis stieß national und international auf große Kritik (vgl. Roser 2002 : 21; *European* 2002).

²²² „Staralem się zrobić z ‚Trybuny’ niezależną, lewicową gazetę.“

Die Entwicklung anderer alter Titel

Zwei weitere alte Titel mussten sich umorientieren, um auf dem Markt bestehen bleiben zu können. Die ehemals hoch renommierte und älteste polnische Tageszeitung *Życie Warszawy* (Warschauer Leben), um die bei der Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft ein hochpolitischer Kampf entbrannt war und die schließlich für die Rekordsumme von 40 Milliarden alte Polnische Złoty an ein Konsortium verkauft wurde, an dem der italienische Medienunternehmer Nicola Grauso beteiligt war, konnte ihr Ziel, sich als führende landesweite meinungsbildende Tageszeitung zu positionieren, nicht erreichen. Die Ambitionen der Chefredaktion kollidierten mit den wirtschaftlichen Interessen des italienischen Eigentümers²²³, der mit einer populärer ausgerichteten Berichterstattung mehr Leser gewinnen wollte, da die Zeitung seit 1992 Verluste verzeichnete. Die Situation verbesserte sich nicht wesentlich, als 1993 eine neue Chefredaktion einberufen wurde. Mitte der neunziger Jahre wurde *Życie Warszawy* in eine Hauptstadt-Zeitung umgewandelt. Bei der Auflage belegte *Życie Warszawy* im Jahre 2000 unter allen polnischen Tageszeitungen den 14. Platz (vgl. Mielczarek 1998 : 183; Ryk 2000).

Die ehemals landesweit verbreitete katholische Tageszeitung *Słowo Powszechne* (Allgemeines Wort) wurde zunächst in *Słowo – Dziennik Katolicki* (Das Wort – Katholische Tageszeitung) umbenannt, bevor sie Mitte der neunziger Jahre eingestellt wurde. Das gleiche Schicksal erlebten die ehemals sehr populäre Abendzeitung *Express Wieczorny* (Abend-Express), die Zeitung *Dziennik Ludowy* (Volks-Tageszeitung) sowie die Zeitung *Kurier Polski* (Polnischer Kurier). Die Sportzeitung *Tempo* musste mit *Przegląd Sportowy* (Sport-Überblick) fusionieren. Wahrscheinlich endgültig vom Markt verschwunden sind die ehemals in hoher Auflage gedruckten landesweiten Tageszeitungen, die sich an spezifische Gruppen und Schichten der polnischen Bevölkerung – beispielsweise Jugendliche, Militärangehörige, Gewerkschaftsmitglieder sowie die Dorfbevölkerung – richteten. Dazu zählen beispielsweise *Sztandar Młodych* (Standarte der Jugend), *Gromada Rolnik Polski* (Gemeinde Polnischer Landwirte), *Chłopska Droga* (Der Weg des Bauern) sowie *Żołnierz Wolności* (Soldat der Freiheit) (vgl. Bajka 1999b : 56; Heimann 1996 : 69; Mielczarek 1998 : 169ff.).

Im Bereich der regionalen Zeitungen haben sich die meisten alten Titel auf dem Markt behaupten können. Das beruhte einerseits darauf, dass Leser den ihnen bekannten Titeln treu geblieben sind, andererseits an einem enormen Modernisierungsschub, der Anfang der neunziger Jahre einsetzte. Die neuen Eigentümer, insbesondere ausländische Verleger, die heute auf dem regionalen Tageszeitungsmarkt dominieren, haben in den ehemaligen *RSW*-Blättern bedeutende Investitionen getätigt. Die modernisierten *RSW*-Blätter zählten Ende der neunziger Jahre zu den erfolgreichsten regionalen Tageszeitungen Polens. Zu den regionalen Titeln, die entweder eingestellt werden mussten oder von einer größeren Zeitung übernommen wurden, zählen *Echo Krakowa* (Krakauer Echo), *Dziennik Pojezierza* (Tageszeitung von Pojezierze, Olsztyn/Allenstein), *Express Poznański* (Posener Express) und *Wiadomości Dnia* (Nachrichten des Tages, Łódź/Lodz) (vgl. Bajka 2000b; Sobczak 1999 : 68; Pisarek 1999 : 139; Trusewicz 2000).

²²³ Grauso, zunächst mit 40 Prozent beteiligt, hatte innerhalb kürzester Zeit Mehrheitsbeteiligungen erworben (vgl. Bajka 1999b : 63; Mielczarek 1998 : 183ff.).

2. 1. 2. Die neuen überregionalen und regionalen Titel

Von 1989 bis 2001 sind in Polen insgesamt 70 neue Tageszeitungen entstanden, wovon sich allerdings lediglich 13 auf dem Markt durchsetzen konnten. Zu den erfolgreichsten neuen Angeboten auf dem polnischen Zeitungsmarkt zählen mit Abstand die Tageszeitungen *Gazeta Wyborcza* und *Super-Express*.

Gazeta Wyborcza

Die Geschichte von *Gazeta Wyborcza* (Wahl-Zeitung), die sich zur größten polnischen Tageszeitung entwickeln konnte, wird häufig als eine *Erfolgs-Story* bezeichnet und verdient es, ein wenig ausführlicher behandelt zu werden. „Die Tageszeitung ist ein Erfolgsblatt. Jeder fünfte erwachsene polnische Bürger bekennt, sie zu lesen.“ (Pisarek 1999 : 140). Die erste Ausgabe von *Gazeta Wyborcza* erschien vor den ersten *halbfreien* Wahlen am 8. Mai 1989. Diese Ausgabe führte den Slogan *Es gibt keine Freiheit ohne die Solidarność*²²⁴ und titelte mit einer signierten Erklärung Lech Wałęsas. Herausgegeben wurde die Zeitung von der GmbH Agora, welche im April 1989 von dem international bekannten Filmregisseur Andrzej Wajda sowie den zwei führenden *Solidarność*-Aktivisten, Aleksander Paszynski und Zbigniew Bujak, gegründet worden war. Das vom Bürgerkomitee und Lech Wałęsa einberufene leitende redaktionelle Team setzte sich aus den führenden oppositionellen Intellektuellen Helena Luczywo, Adam Michnik und Ernest Skalski zusammen. Adam Michnik wurde Chefredakteur²²⁵. Die offizielle Bindung zur *Solidarność* hielt bis zu den ersten freien Präsidentschaftswahlen im August 1990. *Gazeta Wyborcza* zeigte damals unverhohlenen Sympathien für den Präsidentschaftskandidaten Tadeusz Mazowiecki, was dazu führte, dass die Landeskommision der *Solidarność* der Zeitung das *S*-(*Solidarność*)-Logo aberkannte (vgl. Bajka 1999b : 61; Mielczarek 1998 : 192).

Aufgrund des notorischen Papiermangels der Volksrepublik Polen erschien *Gazeta Wyborcza* zunächst nur in einer Auflage in Höhe von 80.000 Exemplaren, die sofort vergriffen waren. Bereits Ende 1989 wurden pro Tag rund eine halbe Million Exemplare gedruckt und verkauft. In ihren besten Zeiten Mitte der neunziger Jahre hatte *Gazeta Wyborcza* eine Auflage von 750.000 Exemplaren. Die Faktoren, die zu dem beachtenswerten Erfolg dieser Tageszeitung geführt haben, sind mannigfaltig: Die Leitung von *Gazeta Wyborcza* hatte bereits Anfang der neunziger Jahre die Entscheidung getroffen, lokale Ausgaben als Ergänzung zum Mantelteil anzubieten. Zunächst erschien die Hauptstadt-Lokalausgabe, weitere 19 folgten. Die Zeitung begann sehr früh, die schon vor Jahren von der Parteizeitung *Trybuna Ludu* eingesetzte Technik des Telesatzes zu nutzen, und hatte dadurch die Möglichkeit, in mehreren Regionen gleichzeitig drucken zu können. Dadurch konnte *Gazeta Wyborcza* in fast allen Regionen Polens aktuell und druckfrisch ausgeliefert

²²⁴ Nie ma wolności bez Solidarności.

²²⁵ Michnik veröffentlichte nach den ersten halbfreien Wahlen den viel beachteten Kommentar „Wasz prezydent nasz premier“ (Euer Präsident, unser Premier), der Einfluss auf die Entstehung der ersten nichtkommunistischen Regierung unter Mazowiecki hatte (vgl. Bajka 1999b : 58). Mitte der achtziger Jahre wurde Michnik mit dem OSZE-Preis für Journalismus und Demokratie ausgezeichnet (vgl. Heimann 1996 : 69).

werden. Ein anderer Erfolgsfaktor war, dass das Management sich nicht nur publizistisch engagierte, sondern auch betriebswirtschaftliche Interessen und Ziele verfolgte. Von Anfang an wurde auf Anzeigeneinnahmen sehr großer Wert gelegt. Das leitende Team von *Gazeta Wyborcza* konnte außerdem frühzeitig Sponsoren und Investoren für die dringend benötigten Modernisierungen des Redaktionsablaufs und für den Bau einer modernen Druckerei gewinnen (vgl. Bajka 1999b : 62; Pisarek 1999 : 140).

„Selbstverständlich wären all diese Faktoren nicht ausreichend gewesen, wenn es nicht ein gelungenes Konzept gegeben hätte, das von der Redaktion realisiert worden wäre: *Gazeta Wyborcza* ist eine sehr gelungene Kombination aus einer überregionalen und einer lokalen Zeitung [...] sowie einem sensationsbetont-informativen ‚Tabloid-Newspaper‘ und einer niveauvollen Qualitätszeitung.“ (Pisarek 1999 : 140) Neben der Mantelausgabe und 20 Lokalausgaben gibt *Gazeta Wyborcza* zahlreiche Supplements heraus. Dazu zählen regelmäßige Beilagen wie das Fernsehmagazin sowie spezielle thematische Beilagen, von denen pro Quartal bis zu 50 verschiedene erscheinen. Der neue und flotte publizistische Stil von *Gazeta Wyborcza*, die neben ehemaligen Dissidenten und Untergrund-Publizisten von Anfang an sehr gerne junge unvorbelastete Leute – Studenten und Absolventen verschiedener Studienrichtungen – beschäftigte, hat auch andere polnische Blätter inspiriert (vgl. Bajka 1999b : 62; Pisarek 1999a : 140; Goban-Klas 1994 : 222f.).

„Die Journalisten von *Gazeta* haben in der polnischen Presse einen neuen Stil eingeführt, welcher einer der Faktoren für den Markt-Erfolg dieser Zeitung wurde.“²²⁶ (Bajka 1999 : 62)

Die Eigentümergesellschaft von *Gazeta Wyborcza*, Agora SA, hat sich bis Ende 2001 zu einem sehr erfolgreichen Medienkonzern²²⁷ und zum größten Verleger tagesaktueller Presse in Polen entwickelt. Seit 1999 ist das Unternehmen an der Warschauer und an der Londoner Börse erfolgreich notiert (vgl. Bajka 1999b : 62; Freulich 1999 : 26ff.).

Super Express

Ebenfalls erfolgreich war der Markteintritt von *Super Express*, einer im Vergleich zu britischen Tabloids sehr harmlosen, im Vergleich zur deutschen *Bild*-Zeitung eher harmlosen Version einer sensationsbetonten, aber apolitischen Boulevardzeitung, welche auf den Grundpfeilern der schon bestehenden Boulevardzeitung *Express* gegründet wurde. Nach einem recht bescheidenem Start im Herbst 1991 entließ die Eigentümergesellschaft Zjednoczone Przedsiębiorstwa Rozrywkowe (*ZPR*) die damalige Redaktionsleitung und suchte einen neuen Zeitungsmacher. Architekt des Erfolges und Chefredakteur von *Super Express* wurde der Publizist Grzegorz Lindenberg, der zuvor dem Direktorium von *Gazeta Wyborcza* angehörte und zu deren Erfolg beigetragen hat. *Super Express* erschien von Anfang an im Tabloid-Format, hatte viele Photos und Illustrationen und verwendete eine klare, einfache Sprache und kurze Texte. Einige Monate lang

²²⁶ „Dziennikarze ‚Gazety‘ wprowadzili do polskiej prasy inny styl, który stał się jednym z czynników rynkowego sukcesu dziennika.“

²²⁷ Agora S. A. kaufte eine Anzahl polnischer lokaler Publikationen, einige Magazine sowie ein Netzwerk lokaler Radiostationen auf, in das sie 10 Mio. neue Polnische Złoty (ca. 2,5 Mio. Euro) investierte. Außerdem besitzt die Gesellschaft drei eigene Druckereien. Das Flaggschiff und zentrale Produkt bleibt jedoch *Gazeta Wyborcza* (vgl. Bajka 1999b : 62 sowie URL: wyborcza.gazeta.pl/info/home.jsp?dzial=011801, Stand 12. Februar 2002).

engagierte *Super Express* auch eine neue Spezies von Zensoren: Es handelte sich um einfache Leute von der Straße, die eingeladen wurden, die Texte der Redakteure darauf zu prüfen, ob diese für sie verständlich waren oder nicht. Obwohl *Super Express* die Aufmachung einer klassischen, polnischen Nachmittagszeitung hat, erscheint die Zeitung morgens. Viele polnische Medienexperten sehen als Hauptfaktor für den Erfolg dieses Boulevardblattes weniger dessen publizistische Meriten als eine Vielzahl unkonventioneller und in Polen kaum bekannter Aktionen an, mit denen die Zeitung ihre Auflage auf teilweise bis zu zwei Millionen steigern konnte. Zu solchen Aktionen gehörten zahlreiche Lotterien oder die Beilage einer CD, die anlässlich der Pilgerfahrt des Papstes Johannes Paul II. produziert wurde. *Super Express* hat nach *Gazeta Wyborcza* die höchste Auflage aller polnischen Tageszeitungen. Die Freitagsausgabe, der die Fernsehbeilage *Super Tydzień* (Super Woche) beigelegt wird, übertrifft sogar die Auflage von *Gazeta Wyborcza* (vgl. Bajka 1999b : 62f.; Mielczarek 1998 : 174ff.).

Życie

Eine weitere, publizistisch relevante überregionale Neugründung ist die Tageszeitung *Życie* (Leben), die im September 1996 ins Leben gerufen wurde. Diese publizistische Initiative beruhte auf einer Zersplitterung innerhalb der Redaktion von *Życie Warszawy*, der ältesten polnischen Tageszeitung. *Życie Warszawy* war im Rahmen der Auflösung des RSW-Konzerns im Jahre 1991 an die Gesellschaft *Życie Press* verkauft worden, welche nach kurzer Zeit von dem italienischen Gesellschafter Nicola Grauso/STEI dominiert wurde. Zunächst war Kazimierz Wóycicki Chefredakteur, ab 1993 sein Stellvertreter Tomasz Wołek. Im Jahre 1995 bezog *Życie Warszawy* vor den Präsidentschaftswahlen starke Position für den Kandidaten Lech Wałęsa, was Anfang 1996 zur Entlassung von Tomasz Wołek durch den STEI-Gesellschafter führte. Ein Teil der Redaktion protestierte dagegen und legte die Arbeit nieder (vgl. Bajka 1999b : 63; Mielczarek 1998 : 183ff.). Tomasz Wołek, 35 Redakteure sowie die Vertreter der polnischen Geschäftsführung verließen Anfang 1996 *Życie Warszawy*. Mit Hilfe zweier polnischer Bauunternehmen gründeten sie kurze Zeit später den Verlag Wolne Słowo (Freies Wort), der seit Herbst 1996 die Tageszeitung *Życie* herausgibt. Tomasz Wołek, der Chefredakteur von *Życie*, bezeichnete seine Zeitung als *unabhängig* und *konservativ*²²⁸. Die Anfangsauslage betrug 200.000 Exemplare. Im Laufe der Zeit brachte *Życie* sogar Regionalausgaben auf den Markt, einen bedeutenden Marktanteil konnte die Tageszeitung allerdings niemals verbuchen. Im Jahre 2000 lag die Auflage bei knapp 100.000 Exemplaren, von denen lediglich die Hälfte verkauft werden konnte. Ende 2000 übernahm das polnische Unternehmen Chemiskór, das die Absicht verfolgte, schrittweise eine neue polnische Medienholding aufzubauen, für 9,45 Millionen neue Polnische Złoty²²⁹ 63,17 Prozent der Anteile an dem Verlag Wolne Słowo (vgl. Bajka 2000b : 148; Mielczarek 1998 : 183ff.; Nowy 2000).

²²⁸ „niezależny i konserwatywny“ (zitiert nach Bajka 1999b : 63).

²²⁹ Das sind rund 2,4 Millionen Euro.

Weitere Neugründungen

Neben diesen gerade erwähnten Neugründungen gibt es weitere Tageszeitungen, die nach 1989 entstanden sind und die sich auf dem polnischen Markt etablieren konnten. Zu den jüngsten Beispielen zählt die katholische Tageszeitung *Nasz Dziennik* (Unsere Tageszeitung), die seit Januar 1998 erscheint²³⁰. Zu den Vertretern der neuen polnischen überregionalen Presse zählen außerdem die Wirtschaftszeitungen *Puls Biznesu* (Puls der Wirtschaft), *Prawo i Gospodarka* (Recht und Wirtschaft) und *Gazeta Gieldy Parkiet* (Börsen-Zeitung Parkett) sowie *Dziennik Sportowy* (Sport-Tageszeitung). Das Angebot auf den regionalen Märkten ist im Vergleich zu 1989 gewachsen. Dies beruhte auf dem Marktzutritt von 16 neuen Titeln, von denen jedoch nicht alle erfolgreich waren. Letztendlich haben sich auf der regionalen Ebene bis zum Jahre 2000 folgende neugegründete regionale Tageszeitungen auf dem Markt durchsetzen können: *Kurier Poranny* (Morgen-Kurier/Białystok), *Express Bydgoski* (Express von Bromberg), *Głos Koszaliński/Ślupski* (Stimme von Koszalin/Ślupsk), *Nowa Trybuna Opolska* (Neue Tribüne von Oppeln), *Super Nowości* (Super Neuigkeiten/Rzeszów) (vgl. Bajka 2000b : 147; Pisarek 1999 : 140f.; Sobczak 1999 : 65).

2. 1. 3. Überblick über den polnischen Tageszeitungsmarkt

Im Jahre 2001 existierten in Polen insgesamt elf landesweit verbreitete allgemeine²³¹ und spezielle²³² Tageszeitungen sowie 35 allgemeine regional verbreitete Tageszeitungen. Durchschnittlich wurden jeden Tag 2,6 Millionen Exemplare gedruckt, von denen mehr als eine Millionen auf die drei größten polnischen überregionalen Titel entfiel: *Gazeta Wyborcza*, *Super Express* und *Rzeczpospolita* (vgl. Planeta 2002 : 31; Ryk 2000).

Die meisten polnischen Tageszeitungen werden im Straßenverkauf verbreitet. Das hat in Polen einerseits Tradition, andererseits hatte es in den neunziger Jahren auch praktische Gründe: „Alle Printmedien in Polen leben vom Kioskverkauf, weil die galoppierende Inflation keinen beständigen Abo-Preis erlaubt.“ (Heimann 1996 : 68) Die Situation änderte sich nur sehr langsam. Die meisten Abonnenten konnte bis zum Jahre 2000 *Rzeczpospolita* gewinnen: Mehr als 50 Prozent der verkauften Exemplare (107.000 von rund 205.000) der renommierten Qualitätszeitung wurden im Abonnement vertrieben. Die Zahl der Abonnenten von *Gazeta Wyborcza* stieg nur langsam auf rund 60.000 im Jahre 2000, wodurch lediglich 13 Prozent aller Exemplare der größten polnischen Tageszeitung im Abonnement vertrieben werden konnten (vgl. Bajka 2000b : 136f.; Ryk 2000).

²³⁰ Siehe hierzu Abschnitt 2.4.

²³¹ Diese Tageszeitungen richten sich an das breite Publikum und bieten ein breites Themenspektrum (Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport etc.).

²³² Dabei handelt es sich um Tageszeitungen, die sich auf ein bestimmtes Themengebiet spezialisiert haben (Wirtschaft oder Sport).

Eine zweite Besonderheit der polnischen tagesaktuellen Presse sind die zum Teil extremen Schwankungen der Auflage innerhalb einer Woche. An Tagen, an denen spezielle Beilagen, insbesondere das wöchentliche TV-Magazin²³³, erscheinen, kann sich die Auflage der einzelnen Tageszeitungen im Vergleich zum verkaufsschwächsten Wochentag im Extremfall versiebenfachen. Beispielsweise verkaufte die Kattowitzer Zeitung *Dziennik Zachodni* Ende der neunziger Jahre an Dienstagen rund 46.000 Exemplare und an Freitagen rund 330.000 Exemplare, die landesweite *Gazeta Wyborcza* verkaufte Ende der neunziger Jahre an Dienstagen rund 327.000 Exemplare und an Freitagen 613.000 Exemplare. Diese Schwankungen spiegeln sich auch in der Gesamtauflage polnischer Tageszeitungen wider: An Dienstagen wurden im Durchschnitt 2 Millionen Exemplare gedruckt, an Freitagen hingegen 4,5 Millionen. Die Tendenz polnischer Leser, nur diejenigen Ausgaben zu erwerben, die spezielle Beilagen enthalten, drückte sich auch in den besonderen Wünschen bei Abonnements aus. Die Anzahl der Abonnements, die nur für einen bestimmten Wochentag galten, hat kontinuierlich zugenommen (vgl. Bajka 2000b : 137; Ryk 2000).

Für die Entwicklung der polnischen Presse der neunziger Jahre typisch war ebenso eine Regionalisierung der Berichterstattung. Trendsetter in dieser Hinsicht war die landesweite *Gazeta Wyborcza*, die auf die Einführung regionaler Ausgaben erfolgreich gesetzt hatte. Dieses Konzept wurde später von anderen landesweiten Tageszeitungen, darunter *Super Express* und *Życie* kopiert, die ebenfalls versuchten, mit regionalen Ausgaben neue Leser zu gewinnen. Zur Regionalisierung der Berichterstattung zählte außerdem eine Entwicklung, die bei regionalen Tageszeitungen zu beobachten war: Sie setzten immer weniger darauf, im Bereich der Weltnachrichten mit den überregionalen Tageszeitungen zu konkurrieren, sondern konzentrierten sich stattdessen auf eine Intensivierung der regionalen Berichterstattung (vgl. Pisarek 1999 : 14; Bajka 2000b : 141; Bubnicki 2000).

Eine neue Erscheinung auf dem polnischen Zeitungsmarkt war außerdem eine Ausweitung der lokalen Berichterstattung. Das in Deutschland gängige Konzept, die Mantelausgabe einer regionalen Zeitung durch lokale Teile zu ergänzen, die von selbständigen Redaktionen produziert werden, war auf dem polnischen regionalen Tageszeitungsmarkt lange Zeit gänzlich unbekannt. „Selbst Regionalblätter unterhalten in der Regel nur einen zentralen Redaktionssitz, von dem aus die Journalisten auch über die nähere Umgebung berichten müssen.“ (Heimann 1996 : 68) Lokale Berichterstattung und die dafür notwendigen Strukturen wurden in Polen erst von dem Passauer Neue Presse-Konzern eingeführt. Alle Regionalzeitungen von Polskapresse, der polnischen Tochtergesellschaft des bayerischen Verlages, bieten seit Mitte der neunziger Jahre lokale Berichterstattung an. Die Kattowitzer Tageszeitung *Dziennik Zachodni* hat 13 solche Ausgaben etabliert, die von eigenständigen Lokalredaktionen produziert werden. Die Lodzener Tageszeitung *Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia* hat 14 lokale Redaktionen. Durch den strategischen Erwerb einer Vielzahl bereits

²³³ Jede polnische Tageszeitung bietet TV-Magazine als Supplements an. Die am meisten verbreitete TV-Beilage, *Tele Magazyn*, hat eine Auflage von 1,9 Millionen Exemplaren. 51 Prozent der Anteile an *Tele Magazyn* hat Polskapresse, die polnische Tochtergesellschaft des Verlages Passauer Neue Presse (vgl. Jastrzębowski 1998 : 52).

existierender lokaler und sub-lokaler Publikationen hat das polnische Tochterunternehmen Polskapresse ein starkes Netzwerk für lokale Berichterstattung geschaffen (vgl. Bajka 2000 : 138ff.; Pisarek 1999 : 144; Torański 2000).

Im Hinblick auf die politische Ausrichtung der meinungsbildenden Titel, ist bei den landesweiten Angeboten das gesamte politische Spektrum vertreten. Vor allem in diesem Sektor tagesaktueller Presse lassen sich weltanschauliche und politische Unterschiede ausmachen. Die regionalen Angebote sind in Bezug auf die politische Ausrichtung neutraler. Da sie auf den regionalen Märkten ein möglichst großes Publikum erreichen wollen, beziehen sie in der Regel keine so eindeutigen Positionen wie die überregionalen Blätter. Gleichwohl zeigen einige wenige regionale Tageszeitungen Sympathien für bestimmte politische Gruppierungen²³⁴ (vgl. Filas 1999b : 52).

Betrachtet man die Eigentumsverhältnisse polnischer Tageszeitungen, fällt auf, dass der Markt überregionaler Angebote relativ ausgewogen ist. Obwohl die führende polnische Tageszeitung *Gazeta Wyborcza* eine sehr starke Position innehat, sind in diesen Presse-Sektor elf verschiedene Verlage vertreten. Ganz anders stellt sich die Situation auf dem Markt regionaler Tageszeitungen dar. Hier sind es die polnische Tochter des Verlages Passauer Neue Presse, Polskapresse, sowie der norwegische Konzern Orkla Media, die den regionalen Presse-Sektor maßgeblich dominieren.

Die folgenden Tabellen bieten eine Übersicht über das Angebot landesweiter und regionaler polnischer Tageszeitungen im Jahre 2001.

Das überregionale Angebot im Jahre 2001

	Zeitungstitel	Durchschnittliche Verbreitung	Verlag	Kurze Charakteristik
1.	<i>Gazeta Wyborcza</i> (Wahl-Zeitung)	448.000	Agora	Allgemeine linksliberal ausgerichtete Qualitätszeitung mit mehreren Dutzend verschiedener Beilagen. Neben der landesweiten Ausgabe werden in jeder polnischen Woiwodschaft regionale Ausgaben produziert. Insgesamt existierten 20 regionale Ausgaben.
2.	<i>Super Express</i>	340.000	Media Express	Im Boulevardformat und -stil aufgemachte Tageszeitung. Rund zehn verschiedene Beilagen.
3.	<i>Rzeczpospolita</i> (Republik)	199.000	Orkla Media	Allgemeine liberal ausgerichtete Qualitätszeitung mit den Schwerpunkten Wirtschaft und Recht.
4.	<i>Nasz Dziennik</i> (Unsere Tageszeitung)	130.000	SPES	Allgemeine katholische Tageszeitung mit täglicher Berichterstattung aus dem Leben der katholischen Kirche.
5.	<i>Dziennik Sportowy</i> (Sport-	90.000	JMG Sport-Publishing	Im Boulevardformat aufgemachte Sportzeitung mit Beiträgen zu Sportereignissen im In- und Ausland. Neben der landesweiten Ausgabe

²³⁴ Beispielsweise sympathisiert die Breslauer Zeitung *Gazeta Wroclawska* mit dem liberalen Flügel der Demokratischen Linksallianz (SLD) und dem linken Flügel der Freiheitsunion (UW) (vgl. Bubnicki 2000). Die Zeitung *Glos Slupski* unterstützt linke politische Strömungen (vgl. Adamowicz 2000).

	Tageszeitung)			werden fünf lokale Ausgaben produziert.
6.	Trybuna (Tribüne)	47.000	Ad Novum	Allgemeine links ausgerichtete Tageszeitung der polnischen Sozialdemokraten.
7.	Życie (Leben)	43.000	Dom Wydawniczy „Wolne Słowo	Allgemeine konservativ ausgerichtete Tageszeitung. Rund zehn verschiedene Beilagen.
8.	Prawo i Gospodarka (Recht und Wirtschaft)	22.000	Grupa Wydawnicza Infor	Tageszeitung mit den Schwerpunkten Recht und Wirtschaft, darunter ausführlicher Börsenberichtserstattung.
9.	Puls Biznesu (Puls der Wirtschaft)	20.000	Bonnier Business Polska	Tageszeitung mit den Schwerpunkten Wirtschaft, Finanzen sowie Informationen aus dem in- und ausländischen Geschäftsleben.
10.	Sport	19.000	Marquard Press	Sportzeitung mit Beiträgen zu Sportereignissen im In- und Ausland.
11.	Parkiet (Parkett)	11.000	Parkiet	Tageszeitung mit dem Schwerpunkt Börsenberichtserstattung.

Quellen: Katalog 2000 : 2ff.; Bajka 2000b : 148; Planeta 2002 : 31.

Im Sektor der regionalen Tageszeitungen hat ein Mitte der neunziger Jahre einsetzender Konzentrationsprozess dazu geführt, dass im Jahre 2000 in 13 von insgesamt 17 Woiwodschaften lediglich ein bis zwei Angebote anzutreffen waren. Neben den im Folgenden aufgeführten regionalen polnischen Tageszeitungen wurde das regionale Angebot außerdem durch 20 regionale Ausgaben der landesweiten *Gazeta Wyborcza* bereichert: Sie werden in jeder polnischen Woiwodschaft²³⁵ herausgegeben (vgl. Bajka 2000b : 136).

Das regionale Angebot im Jahre 2001

Zeitungstitel	Woiwodschaft und Stadt	Verlag (Anteile in Prozent)	Durchschnittliche Auflage
Życie Warszawy (Warschauer Leben)	Mazowieckie/Warszawa	Verlag Wolne Słowo (100)	21.200
Gazeta Współczesna (Zeitgenössische Zeitung)	Podlaskie/Białystok	Orkla Media (49)	21.800
Kurier Poranny (Morgen-Kurier)	Podlaskie/Białystok	Orkla Media (100)	20.000
Gazeta Pomorska (Küsten-Zeitung)	Kujawsko-Pomorskie/Bydgoszcz	Orkla Media (50)	105.400
Express Bydgoski (Express von Bromberg)	Kujawsko-Pomorskie/Bydgoszcz	Pressinvest Polska (Rheinsich-Bergische Verlagsgesellschaft) (100)	33.000
Nowości (Neuigkeiten)	Kujawsko-Pomorskie/Toruń	Pressinvest Polska (Rheinsich-Bergische Verlagsgesellschaft) (*)	40.800
Dziennik Bałtycki (Tageszeitung der Ostsee)	Pomorskie/Gdańsk	Polskapresse (100)	64.900
Wieczór Wybrzeża (Küsten-Abend)	Pomorskie/Gdańsk	Polskapresse (100)	22.800

²³⁵ Stadttredaktionen von *Gazeta Wyborcza* existieren in den folgenden Städten: Warszawa, Białystok, Bydgoszcz, Częstochowa, Gorzów Wielkopolski, Katowice, Kielce, Kraków, Lublin, Łódź, Olsztyn, Opole, Płock, Poznań, Radom, Rzeszów, Szczecin, Toruń, Trójmiasto, Wrocław, Zielona Góra. Vgl. hierzu URL: www.gazeta.pl/kraj/0,34309.html, Stand 14. Januar 2002.

Głos Wybrzeża (Küsten-Stimme)	Pomorskie/Gdańsk	Verlag Delta Press (100)	40.000
Głos Pomorza (Küsten-Stimme)	Pomorskie/Koszalin	Orkla Media (100)	25.300
Głos Koszaliński/Ślupski (Stimme von Koszalin/Ślupsk)	Pomorskie/Koszalin	Journalisten-Verlag „Rondo“ (100)	29.600
Echo Dnia (Echo des Tages)	Świętokrzyskie/Kielce	Echo Investment – Michał Solowow (100)	32.900
Słowo Ludu (Wort des Volkes)	Świętokrzyskie/Kielce	Echo Investment – Michał Solowow (100)	15.700
Dziennik Zachodni (Tageszeitung des Westens)	Śląskie/Katowice	Polskapresse (100)	94.500
Trybuna Śląska – Dzień (Schlesische Tribüne – der Tag)	Śląskie/Katowice	Polskapresse (100)	63.500
Głos Szczeciński (Stimme von Stettin)	Zachodniopomorskie/ Szczecin	Orkla Media (100)	20.700
Kurier Szczeciński (Stettin-Kurier)	Zachodniopomorskie/ Szczecin	Stettiner Verlagsgenossenschaft „Kurier Press“ (100)	37.500
Gazeta Krakowska (Krakauer Zeitung)	Małopolskie/Kraków	Polskapresse (100)	45.000
Dziennik Polski (Polnische Tageszeitung)	Małopolskie/Kraków	Polskapresse (25)	73.000
Dziennik Wschodni (Tageszeitung des Ostens)	Lubelskie/Lublin	Orkla Media (62,7)	25.000
Kurier Lubelski (Lublin-Kurier)	Lubelskie/Lublin	Verlag „Multico“ – Zbigniew Jakubas (100)	19.100
Dziennik Łódzki - Wiadomości Dnia (Tageszeitung von Lodz – Nachrichten des Tages)	Łódzkie/Łódź	Polskapresse (100)	58.800
Express Ilustrowany (Illustrierter Express)	Łódzkie/Łódź	Polskapresse (100)	70.300
Gazeta Olsztyńska (Zeitung von Allenstein)	Warmińsko- Mazurskie/Olsztyn	Polskapresse (100)	36.600
Nowa Trybuna Opolska (Neue Tribüne von Oppeln)	Opolskie/Opole	Orkla Media (33,8)	37.400
Gazeta Poznańska (Posener Zeitung)	Wielopolskie/Poznań	Polskapresse (95)	49.300
Głos Wielkopolski (Stimme von Großpolen)	Wielopolskie/Poznań	Verlag „Głos Wielkopolski“ (57,5)+ Centrex Press/NL (42,5)	60.200
Nowiny (Neuigkeiten)	Podkarpackie/Rzeszów	Orkla Media (36)	36.800
Super Nowości (Super Neuigkeiten)	Podkarpackie/Rzeszów	Verlag „Press Media“ – Roman Oraczewski (100)	23.600
Gazeta Wroclawska (Breslauer Zeitung)	Dolnośląskie/Wrocław	Polskapresse (100)	34.400
Słowo Polskie (Polnisches Wort)	Dolnośląskie/Wrocław	Orkla Media (50)	24.400
Wieczór Wrocławia (Breslauer Abend)	Dolnośląskie/Wrocław	(*)	21.200
Gazeta Lubuska (Zeitung von Lubsk)	Lubskie/Zielona Góra	Orkla Media (100)	55.800

Quelle: Planeta 2002 : 34.

* nicht bekannt

2. 1. 4. Bunter, umfangreicher, lokaler und Service-orientierter: Veränderungen in polnischen Tageszeitungen

Wenn man diejenigen Tageszeitungen, die im Jahre 2001 in Polen erschienen, neben die *RSW*-Produkte der ehemaligen Volksrepublik Polen stellt, könnte man zumindest den graphischen Wandel mit dem Märchen vom hässlichen Entlein, das sich zu einem schönen Schwan wandelt, vergleichen. Nicht nur bei den großen überregionalen Tageszeitungen, sondern auch bei den regionalen Tageszeitungen wurde die Druck- und Papierqualität besser, das Layout moderner, die Zeitungen wurden bunter und die Umfänge erheblich ausgeweitet. Während die Zeitungen in der Volksrepublik Polen im Durchschnitt acht Seiten Umfang hatten, erhöhte sich die Seitenanzahl der polnischen Zeitungen in den neunziger Jahren auf durchschnittlich 60, manche Titel druckten sogar mehr als 100 Seiten (vgl. Bajka, 2000b : 141; Bajka 1999b : 69).

Des Weiteren begannen polnische Zeitungen, sich an den Interessen und Bedürfnissen der Leser zu orientieren, was zu einem beachtlichen Anstieg der Service-Inhalte führte. Ein Beispiel für den neuen Service-Charakter polnischer Zeitungen stellen die Initiativen der erfolgreichen regionalen Tageszeitung *Gazeta Pomorska* aus Bydgoszcz (Bromberg) dar. Diese Zeitung gründete so genannte Leser-Klubs und konnte bis 1999 rund 80.000 Leser und Leserinnen überzeugen, Mitglied dieser Klubs zu werden. Die Klub-Mitgliedschaft der Leser und Leserinnen sicherte *Gazeta Pomorska* neben *Dziennik Zachodni* die höchsten Verkaufszahlen unter allen polnischen Regionalzeitungen sowie die höchste Anzahl an Abonnenten: insgesamt 42.000. Die Mitglieder der Leser-Klubs profitieren von Rabatten, die sie bei Unternehmen erhalten, die mit der Zeitung zusammenarbeiten, und sie erhalten einen Preisnachlass beim Abonnement (vgl. Bajka 2000b : 141; Bajka 1999b : 69; Ryk 2000;).

2. 2. Zeitschriften und Wochenzeitungen

Im Gegensatz zum Tageszeitungs-Sektor, der einen relativ kurzen Boom erlebte, dem viele Zeitungspleiten folgten, entwickelte sich der Zeitschriften-Sektor sehr dynamisch. Verglichen mit der Situation im Jahre 1989, ist die Anzahl monatlich erscheinender Titel innerhalb von zehn Jahren um das Zweieinhalbfache, die der 14-tägig und wöchentlich erscheinenden Titel um das Doppelte gewachsen. Auch die Gesamtauflage dieser Publikationen ist gestiegen (vgl. Bajka 1999b : 56).

In der Ära der Volksrepublik Polen gab es zwar durchaus eine Vielzahl unterschiedlicher Zeitschriften, die sich an verschiedene Gruppen der Gesellschaft wandten und die später im Rahmen der Auflösung des *RSW*-Konzerns privatisiert wurden. Als ab 1989 neue und für polnische Leser und Leserinnen teilweise völlig unbekannte Angebote auf den Zeitschriftenmarkt kamen, wurde deutlich, dass in diesem Sektor erhebliche Marktlücken existierten. Dies war der Hauptgrund, warum es in den neunziger Jahren vor allem auf dem polnischen Zeitschriftenmarkt zu sehr großen Umwälzungen gekommen ist. Es waren ausländische, darunter

in großem Maße deutsche Verlage, die in diesem Marktsegment viele Defizite entdeckt hatten und diese mit Erfolg beseitigt haben. Das neue Angebot an Frauenzeitschriften, Jugendzeitschriften, TV-Programm-Magazinen und bunten Illustrierten stieß in Polen auf großes Interesse – und wirkte sich unmittelbar auf die traditionellen, originär polnischen Zeitschriften aus (vgl. Pisarek 1999 : 138 ff.; Filas 1999a : 216 ff.). Nach der Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft im Jahre 1991 begann für diese Titel „ein langer und schmerzhafter Prozess der Privatisierung“²³⁶ (Pokorna-Ignatowicz 1999 : 75) und des Überlebenskampfes in der neuen Wettbewerbssituation auf dem Zeitschriftenmarkt. Teilweise suchten die alten *RSW*-Titel nach neuen Konzepten und Strategien, um dem zunehmenden Leserschwund zu begegnen, wobei sie sich häufig an dem *westlichen* Angebot orientierten. Taten sie es nicht, mussten sie dramatische Auflagenrückgänge und sogar Konkurse in Kauf nehmen (vgl. Pisarek 1999 : 138 ff.; Filas 1999 : 216 ff.; Sobczak 1999 : 104). Neben einer Gruppe kapitalstarker westlicher Verlage, denen es gelungen ist, sich auf dem polnischen Zeitschriftenmarkt erfolgreich zu etablieren und die diesen Medien-Sektor seit Mitte der neunziger Jahre dominieren, spielen auch einige polnische Verlage eine nicht unbedeutende Rolle. Im Hinblick auf den Marktanteil bleiben sie jedoch weit hinter der westlichen Konkurrenz zurück. Ende 2000 sah die Verteilung der Marktanteile auf dem polnischen Markt der Zeitschriften und Wochenzeitungen folgendermaßen aus:

Marktanteile auf dem polnischen Markt

Im Zeitschriften-Sektor aktiver Verlag	Marktanteil in Prozent
Bauer	18,8
Axel Springer	9,4
Gruner + Jahr	9,1
<i>Twój Styl</i>	7,7
Edipress	5,8
<i>Wprost</i>	5,0
<i>Polityka</i>	5,0
<i>Proszynski</i>	4,0
Hearst/Marquard	2,7
Hachette	2,5
<i>Murator</i>	2,3
<i>Polski Dom Wydawniczy</i>	1,5
Burda	0,8
Sonstige	25,5

Quelle: Rothe 2001 : 31

* Bei den kursiv angeführten Verlagen handelt es sich um polnische Unternehmen.

Zu den wichtigsten und auflagenstärksten Gattungen im Zeitschriften-Sektor haben sich in den neunziger Jahren TV-Programm-Magazine, Frauenzeitschriften, bunte Illustrierte sowie Jugendzeitschriften entwickelt.

²³⁶ „Rozpoczął się długi i bolesny dla wielu tytułów proces prywatyzacji.“

Einige dieser Zeitschriften erreichen regelmäßig Millionen polnische Leser und Leserinnen. Die folgenden Tabellen bieten eine Übersicht der populärsten wöchentlich, 14-tägig und monatlich erscheinenden polnischen Publikationen.

Die bedeutendsten wöchentlich erscheinenden Publikationen

Publikation	Verlag	Verkaufte Auflage (2001)
1. <i>Tele Tydzień</i> (Tele-Woche)	Bauer	1.549.000
2. <i>Życie na gorąco</i> (Leben live)	Bauer	658.000
3. <i>Przyjaciółka</i> (Freundin)	Edipresse Polska	566.000
4. <i>Tele Świat</i> (Tele Welt)	Bauer	551.000
5. <i>To i Owo</i> (Dies und das)	Bauer	543.000
6. <i>Chwila dla Ciebie</i> (Moment für Dich)	Bauer	479.000
7. <i>Pani Domu</i> (Die Frau des Hauses)	Axel Springer Polska	446.000
8. <i>Kurier TV</i> (TV Kurier)	Kurier Polski	354.000
9. <i>Nie</i> (Nein)	URMA	268.000
10. <i>Angora</i>	Westa Druk	266.000
11. <i>Naj</i>	Gruner + Jahr Polska	264.000
12. <i>Polityka</i> (Politik)	Arbeitsgenossenschaft Polityka	254.000
13. <i>Imperium TV</i> (TV Imperium)	Bauer	228.000
14. <i>Wprost</i> (Direkt)	Verlags- und Werbeagentur Wprost	223.000
15. <i>Program TV</i> (TV Programm)	Oficyna Press-Media	214.000

Quelle: Ryk 2000; Planeta 2002 : 38.

Die bedeutendsten 14-tägig erscheinenden Publikationen

Publikation	Verlag	Verkaufte Auflage (2001)
1. <i>Z życia wzięte</i> (Aus dem echten Leben)	Phoenix-Press-Media	435.000
2. <i>Bravo</i>	Bauer	378.000
3. <i>Viva!</i>	Edipresse Polska	268.000
4. <i>Sukcesy i Porazki</i> (Erfolge und Niederlagen)	Phoenix-Press-Media	234.000
5. <i>Świat Kobiety</i> (Welt der Frau)	Bauer	214.000
6. <i>Bravo Girl</i>	Bauer	189.000
7. <i>Świat Seriali</i> (Die Welt der Serien)	Bauer	185.000
8. <i>Na żywo</i> (Live)	Axel Springer Polska	140.000
9. <i>Computer Świat</i> (Computer Welt)	Axel Springer Polska	134.000
10. <i>Bravo Sport</i>	Bauer	113.000
11. <i>Twój Weekend</i> (Dein Wochenende)	Bauer	108.000

12. <i>Cogito</i>	Verlagsagentur „Aga-Press“	76.000
13. <i>Click!</i>	Bauer	71.000
14. <i>Blask</i> (Glanz)	Edipresse Polska	64.000
15. <i>Kobieta i Życie</i> (Frau und Leben)	Polski Dom Wydawniczy	49.000

Quelle: Planeta 2002 : 39.

Die bedeutendsten monatlich erscheinenden Publikationen

Publikation	Verlag	Verkaufte Auflage (2001)
1. <i>Claudia</i>	Gruner + Jahr Polska	1.000.000
2. <i>Poradnik Domowy</i> (Der Ratgeber für den Haushalt)	Proszynski i Spółka	725.000
3. <i>Olivia</i>	Axel Springer Polska	700.000
4. <i>Przegląd Readers Digest</i> (Readers Digest Überblick)	Readers Digest Przegląd	550.000
5. <i>Detektyw</i>	PPW „Rzeczpospolita“	440.000
6. <i>National Geographic</i>	Gruner + Jahr Polska	390.000
7. <i>Twój Styl</i> (Dein Stil)	Wydawnictwo Prasowe „Twój Styl“	383.000
8. <i>Nowoczesny Dom</i> (Modernes Haus)	Verlagshaus BB & P	350.000
9. <i>Cienie i Blaski</i> (Schatten und Glanz)	Axel Springer Polska	320.000
10. <i>M jak Mieszkanie</i> (W wie Wohnung)	Murator	301.000
11. <i>Sam na Sam</i> (Unter vier Augen)	PPW „Rzeczpospolita“	300.000
12. <i>Teraz Zdrowie</i> (Jetzt Gesundheit)	Verlagshaus BB & P	287.000
13. <i>Cats</i>	Scandinavia-Poland Publishing House	285.000
14. <i>U Sąsiada</i> (Beim Nachbarn)	Inter Media/Stowarzyszenie „Nowa Europa“/Gazeta Jarocińska	270.000
15. <i>Focus</i>	Gruner + Jahr Polska	251.000

Quelle: Planeta 2002 : 41.

2. 2. 1. Die Frauenzeitschriften

„Wenn alle Polinnen gleichzeitig die Kioske stürmten, würde jede von ihnen am Ende mindestens zwei Frauenzeitschriften in der Hand halten.“ (Maschler 1999 : 12). Dieses Bild verdeutlicht einprägsam, wie sehr sich der Sektor der Frauenzeitschriften innerhalb von zwölf Jahren verändert hat. Bereits in der Ära der Volksrepublik Polen gehörten Frauenzeitschriften zu den begehrtesten Magazinen, von denen es allerdings niemals genug gab. Sogar noch im Jahre 1991 waren beliebte polnische Frauenzeitschriften, beispielsweise

Przyjaciółka (Freundin), bereits am Erscheinungstag vergriffen.²³⁷ Insofern verwundert es nicht, dass die Entwicklung in diesem Zeitschriftensegment außergewöhnlich dynamisch verlaufen ist und dass sich das Angebot sowohl quantitativ als auch qualitativ stark verändert hat.

Der erste neue Frauenzeitschriftentitel, *Pani* (Dame), erschien bereits im Sommer 1989 auf dem Markt. Redigiert und produziert wurde diese Zeitschrift vom Redaktionsteam der Zeitschrift *Kobieta i Życie* (Frau und Leben). Die Anfangsausgabe in Höhe von 300.000 Exemplaren wurde restlos verkauft. In dieser frühen Phase der Transformation vor der Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft existierte ein Konzept, wie der zukünftige Markt der Frauenzeitschriften organisiert werden sollte. Die Redaktionen der traditionellen und sehr populären Frauenzeitschriften *Przyjaciółka* (Freundin), *Kobieta i Życie* (Frau und Leben), *Magazyn Rodzinny* (Familienmagazin), *Zwierciadło* (Hohlspiegel) und *Świat Mody* (Welt der Mode) verfolgten den ehrgeizigen Plan, gemeinsam einen Verlag zu gründen, der sich auf Frauenpresse spezialisieren würde. Realisiert wurde dieses Vorhaben aber nicht, da die einzelnen Redaktionen aufgrund der von der Liquidierungskommission gesteuerten Auflösung der Arbeiterverlagsgesellschaft in ihrer Handlungsfreiheit weitgehend eingeschränkt waren (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 75; Mielczarek 1998 : 216; Filas 1999b : 40).

Ebenfalls in dieser frühen Phase der Transformation kam die erste Ausgabe der exklusiven Monatszeitschrift *Twój Styl* (Dein Stil) auf den Markt – gedruckt auf hochwertigem Papier und versehen mit großformatigen, qualitativ hochwertigen Illustrationen. Ein Jahr später erschien der bunte *Poradnik Domowy* (Ratgeber für den Haushalt) des neuen polnischen Verlagshauses Prószyński i S-ka. Diese Publikation wurde zum ersten Massenblatt Polens: Drei Jahre nach dem Start verkaufte *Poradnik Domowy* die Rekordauflage von drei Millionen Exemplaren. Das erste Regenbogen-Magazin ließ ebenfalls nicht lange auf sich warten. *Kobieta i Mężczyzna* (Frau und Mann) erschien erstmals 1990 und bot polnischen Leserinnen Liebesgeschichten, Horoskope und Klatsch-Geschichten. Obwohl *Kobieta i Mężczyzna* auf billigem Zeitungspapier gedruckt wurde und kaum Illustrationen enthielt, verkaufte das Blatt in Spitzenzeiten bis zu 700.000 Exemplare. Nach diesen ersten noch sehr bescheidenen Innovationen auf dem Markt polnischer Frauenpresse setzte ab 1991 ein außerordentlich dynamischer Entwicklungsprozess ein. 1991 konnten polnische Leserinnen bereits zwischen 40 verschiedenen an sie adressierten Titeln wählen. Mitte der neunziger Jahre waren es 170 Titel (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 75f.; Mielczarek 1998 : 221).

„Der Anteil von Leserinnen, die zur so genannten Frauenpresse greifen, wuchs kontinuierlich (bis über 60 Prozent). Auch die Anzahl der Titel, die von Frauen gelesen werden, vergrößerte sich beträchtlich, wobei vor allem die neuen, auflagenstarken und billigen Frauenmagazine sehr große Popularität erreichten. [...] Das geschah auf Kosten der ‚alten‘ Frauenpresse [...], die nun neue Konzepte sucht.“ (Filas 1999 : 219f.) Nach Jahrzehnten des Mangels reagierten polnische Leserinnen auf das neuartige und vielfältige Angebot an den

²³⁷ Diese Erfahrung machte die Autorin dieser Arbeit während eines dreimonatigen Rechercheaufenthaltes in Warschau im Frühjahr 1991.

Presseständen mit so großem Enthusiasmus, dass der Markt viele Jahre lang kontinuierlich mit neuen Titeln gespeist wurde. Dass die Aufnahmekapazität auch in Polen ihre Grenzen hatte und dass polnische Verlage dem größer werdenden Wettbewerb seitens ausländischer Verleger nur wenig entgegenzusetzen hatten, zeichnete sich ab Mitte der neunziger Jahre ab. „Die Mehrheit der ersten neu gegründeten Titel konnte dem Wettbewerb nicht standhalten und gab in den nächsten Jahren auf.“²³⁸ (Pokorna-Ignatowicz 1999 : 76)

Die Entwicklung der Frauenpresse wurde ab 1992 zunehmend durch das Engagement ausländischer, vor allem deutscher Verlage beeinflusst. Der Heinrich-Bauer-Verlag brachte zunächst die Zeitschrift *Tina* heraus, der Burda-Verlag die Zeitschrift *Burda*. In dieser Phase der Transformation handelte es sich bei den meisten neuen Publikationen um so genannte *Abziehbilder* bewährter deutscher Titel, die ins Polnische übersetzt und zum Teil an die polnische Realität angepasst wurden. Die erste Welle der Frauenzeitschriften deutscher Verlage, darunter *Tina*, *Świat Kobiety* (Welt der Frau) oder *Claudia*, hat innerhalb kürzester Zeit Hunderttausende polnischer Leserinnen erobert (vgl. Maschler 1999 : 12; Mielczarek 1998 : 218 ff.). „Sie waren bunter, leichter zu verstehen, voller Ratschläge, Klatsch, Horoskope und Liebesgeschichten und dazu auch noch billiger als die heimischen Titel.“²³⁹ (Pokorna-Ignatowicz 1999 : 76)

Tatsächlich betrieben die deutschen Verlage bei ihrer Eroberung des polnischen Zeitschriftenmarktes eine Dumpingpreispolitik²⁴⁰, der viele polnische Verleger nicht gewachsen waren. Innerhalb von vier Jahren sank beispielsweise die Auflage des ehemals hochpopulären *Poradnik Domowy* (Häuslicher Ratgeber), der von dem polnischen Verlag Prószyński i S-ka herausgegeben wird, von drei auf eine Million (vgl. Maschler 1999 : 12; Sobczak 1999 : 106). Die begehrteste und populärste Frauenzeitschrift *Przyjaciółka* (Freundin), die jahrzehntlang den ersten Platz in der Beliebtheitsskala belegte und bis zu 18,4 aller polnischen Leser und Leserinnen erreichte, musste ihre Spitzenposition im Jahre 1994 an *Tina* abgeben²⁴¹ (vgl. Filas 1999 : 222). In den folgenden Jahren der Presse-Transformation erschienen weitere preiswerte Titel deutscher Verlage, die entweder einen unterhaltend-beratenden Charakter hatten (*Pani Domu*/Die Frau des Hauses) oder den Regenbogen-Blättern zugeordnet werden konnten (*Halo/Hallo* oder *Życie na gorąco/Leben Live*). Obwohl die deutschen Verlage seit 1995 in erster Linie *miteinander* konkurrierten, setzten die expansive Entwicklung und der größer werdende Wettbewerb die originär polnischen Titel unter erheblichen Druck. „Die Popularität dieser [deutschen – K.H.] Verlage zwingt die heimischen Blätter zum Wettbewerb. Um Schritt zu halten, mussten sie das Layout erneuern und die Inhalte dem Geschmack der Leserinnen anpassen.“²⁴² (Pokorna-Ignatowicz 1999 : 76) Um auf dem zunehmend dichter werdenden und hart umkämpften Markt bestehen zu bleiben, sahen sich einige Verlage originärer polnischer Frauenzeitschriften gezwungen, mit ausländischen

²³⁸ „Większość z tych pierwszych nowo założonych pism nie wytrzymała konkurencji i w następnych latach zawieszono wydanie.“

²³⁹ „Były bardziej kolorowe, łatwiejsze do zrozumienia, pełne porad, plotek, horoskopów i historyjek miłosnych, a przy tym tańsze od rodzimych odpowiedników.“

²⁴⁰ Der Verkaufspreis der Zeitschriften deutscher Verlage betrug teilweise lediglich 30 Prozent des Preises einer vergleichbaren polnischen Zeitschrift.

²⁴¹ Die traditionsreiche *Przyjaciółka* übernahm die Führung erst wieder vier Jahre später – nach einer grundlegenden Modernisierung (vgl. Kowalewska 1998b : 14).

²⁴² „Aby dotrzymać kroku kalkom, musiały unowocześnić szatę graficzną i dostosować treść do gustu czytelniczek.“

Investoren zu kooperieren. Das war beispielsweise bei der traditionsreichen Frauenzeitschrift *Przyjaciółka* der Fall (vgl. Mielczarek 1998 : 217).

Pokorna-Ignatowicz (1999 : 76f.) teilte den Entwicklungsprozess auf dem Markt polnischer Frauenzeitschriften in folgende charakteristische Phasen ein:

1. Die Entstehung der *exklusiven* Frauenpresse (1989-1992). In dieser Phase entstanden neuartige Zeitschriften, die sich durch eine höherwertige Druck- und Layout-Qualität auszeichneten und an gebildete, berufstätige und materiell gut versorgte Leserinnen adressiert waren, welche sich für Lifestyle, Mode und Schönheit interessierten.
2. Die Entstehung der billigen Frauenpresse (ab 1992). In dieser Phase erschienen die *Abziehbilder* bewährter deutscher Frauenzeitschriften, die ins Polnische übersetzt wurden. Dieses neue Angebot bediente Leserinnen, die sich für Klatsch- und Tratsch sowie Liebesgeschichten und Horoskope interessierten.
3. Die Entstehung der neuen *normalen* Frauenpresse (ab 1993). In dieser Phase entstanden Frauenzeitschriften, die zwischen dem exklusiven und dem billigen Sektor angesiedelt sind. Sie richten sich an junge und gebildete Leserinnen, denen die Lektüre der billigen Blätter peinlich ist und provinziell erscheint, die andererseits jedoch auch die exklusiven Frauenblätter nicht lesen mögen, da deren Inhalte in zu hohem Maße das Prominenten-Dasein widerspiegeln und von der Realität abgekoppelt zu sein scheinen. Die erste und für relativ lange Zeit ohne Konkurrenz expandierende Zeitschrift dieser Art war *Claudia* von Gruner + Jahr.

Nach den Jahren 1993 bis 1996, die durch eine extreme Dynamik geprägt waren, kam es zu einer relativen Beruhigung im Sektor der Frauenzeitschriften. In den Jahren 1997 und 1998 gelang es zwei weiteren exklusiven und in vielen anderen Ländern verbreiteten Titeln, sich auf dem polnischen Markt zu etablieren: *Cosmopolitan* und *Marie Claire*. Zum Sektor der Frauenpresse werden neben den gerade beschriebenen Zeitschriften auch Zeitschriften, die sich mit der Gesundheit befassen, (*Zdrowie*/Gesundheit, *Vita*), Zeitschriften für Eltern (*Twoje Dziecko*/Dein Kind) sowie so genannte kulinarische Zeitschriften (*Moja Kuchnia*/Meine Küche, *Świat Kuchni*/Küchen-Welt) gezählt (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 79; *Przegląd* 1998).

2. 2. 2. Die Männerzeitschriften

Obwohl auch polnische Männer in der Ära der Volksrepublik Polen einige publizistische Defizite verspürt haben mögen, verlief die Entwicklung im Sektor der Zeitschriften, die sich explizit an ein männliches Zielpublikum richten, weit weniger dynamisch als bei der Frauenpresse. Als *klassische* Männerzeitschriften werden auf dem polnischen Markt die Magazine *CKM*, *Playboy*, *Hustler* und *Gentleman* angeboten. Zum

meistverkauften Magazin entwickelte sich das 1998 auf den Markt lancierte *CKM*, das im Jahre 2000 durchschnittlich 140.000 Käufer fand. Das von einem polnischen Redaktionsteam entwickelte *CKM*-Konzept, war neu für polnische Leser: Das Magazin ist das Pendant zu einer exklusiven Frauenzeitschrift mit vielen Tipps (Fitness, Mode), Kolumnen (Frauen, Beziehungen, Probleme im Job etc.), Interviews mit Stars, Portraits von Prominenten und Photos von schönen Frauen. Der seit 1992 auf dem polnischen Markt vertretene *Playboy* verkaufte im Jahre 2000 durchschnittlich 120.000 Exemplare und war in der Gruppe der Männer-Magazine unangefochtener Marktführer in der Akquisition von Anzeigen (vgl. Jastrzębowski 2000 : 70ff.).

Zur Gruppe der Publikationen, die von vielen Männern konsumiert werden, können außerdem Sportmagazine, Hobbymagazine²⁴³ und Computermagazine gezählt werden. Relativ hohe Auflagen erreichten außerdem Publikationen der Auto-Motor-Presse. Dazu gehören beispielsweise wöchentlich erscheinende Zeitschriften wie *Auto Świat* (Auto-Welt – 235.000 Auflage), monatlich erscheinende Magazine wie *Auto Moto* (115.000 Auflage) sowie das zweimal wöchentlich erscheinende Autoanzeigen-Blatt *Gięda Samochodowa* (Auto-Börse) (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 80; Mielczarek 1998 : 226; Jastrzębowski 2000 : 70ff.).

2. 2. 3. Politische, meinungsbildende Zeitschriften

Im Bereich der politischen, meinungsbildenden Publikationen dominieren vier Titel, die miteinander um die Lesergunst konkurrieren: *Polityka* (Politik), *Wprost* (Direkt), die polnische *Newsweek* sowie *Nie* (Nein). Die beiden Wochenmagazine *Polityka* und *Wprost* haben ihre Ursprünge in der Volksrepublik Polen. Dem Magazin *Polityka*, das bereits 1957 gegründet wurde, gelang es in den neunziger Jahren, sich das Image des besten polnischen gesellschaftlich-politischen Magazins zu verschaffen. Im Rahmen der Privatisierung des *RSW*-Konzerns wurde *Polityka* der Journalistengenosenschaft, die von den Redaktionsmitgliedern gegründet worden war, überlassen. Die Journalistengenosenschaft von *Polityka* gilt als eine der wenigen, die die Transformation in ihrer ursprünglichen Form überlebt haben. Zu Beginn der neunziger Jahre hatte das *Polityka*-Team mit ernsthaften Problemen zu kämpfen. Die Auflage der Publikation, die bis zum Jahre 1995 in einem Zeitungsformat erschien, war von 400.000 Exemplaren im Jahre 1989 auf 130.000 Exemplare im Jahre 1991 gesunken. Dies beruhte einerseits auf dem Zusammenbruch des Pressemarktes in dieser Periode, andererseits assoziierten viele Leser das traditionsreiche Politmagazin mit dem alten System der Volksrepublik Polen. Die Redaktion fasste den Entschluss, weiterzumachen und den Lesern eine gleichbleibend hohe publizistische Qualität zu bieten. Diese Strategie und die Entscheidung, im Jahre 1995 in das moderner wirkende Magazin-Format zu wechseln, führten zu einem unmittelbaren Anstieg der Leserzahlen – darunter vor allem junge, gut ausgebildete, berufstätige Polen und Polinnen. *Polityka* gilt

²⁴³ Beispielsweise Magazine für Angler.

heute als einer der Prestige-trächtigen Titel auf dem polnischen Pressemarkt und hatte im Jahre 2001 eine durchschnittliche Auflage in Höhe von 340.000 Exemplaren. Was das publizistisch-inhaltliche Profil angeht, gilt *Polityka* als ein analytisch-reflektierendes Magazin (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 80; Mielczarek 1998 ; 238f.; Heimann 1996 : 69; Roser 2001b : 23).

Das Magazin *Wprost* wurde im Jahre 1982 gegründet. Es wurde in Poznań (Posen) herausgegeben und galt in den achtziger Jahren als regionales Magazin. Zum bedeutenden überregionalen Nachrichtenmagazin entwickelte sich *Wprost* erst in den neunziger Jahren. Auch *Wprost* wurde im Rahmen der Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft privatisiert und im Jahre 1991 der Journalistengenossenschaft des Magazins übertragen. Zwei Jahre später übernahm die private Agentur *Wprost*, die vom Chefredakteur Marek Król und dem Verlagsdirektor Lech Kruszony gegründet worden war, das Magazin. Im Jahre 2001 betrug die durchschnittliche Auflage dieses Magazins rund 340.000 Exemplare. Die publizistischen Stärken von *Wprost* lagen in den Themenschwerpunkten Politik, Auslandsberichterstattung sowie Wirtschaft. Das Magazin, das sich durch investigativen Journalismus auszeichnet, richtet sich an die neu entstandene und größer werdende polnische Mittelschicht und erreicht überdurchschnittlich viele junge, gebildete und berufstätige Leser und Leserinnen (Pokorna-Ignatowicz 1999 : 80; Heimann 1996 : 69; Roser 2001b : 23). „*Polityka* gilt als eine Publikation, die der politischen Linken näher ist, *Wprost* der politischen Rechten, wobei in diesem Fall die politischen Sympathien deutlicher sichtbar sind.“²⁴⁴ (Pokorna-Ignatowicz 1999 : 80)

Ernst zu nehmende Konkurrenz bekamen diese beiden Marktführer im Bereich der politischen und meinungsbildenden Presse im Herbst 2001. Trotz stagnierender Werbeumsätze lancierte die polnische Tochter des Axel Springer Verlages die fünfte fremdsprachige Ausgabe des US-Originals *Newsweek* mit einer Startauflage von 400.000 Exemplaren auf den polnischen Markt. Die 120 Seiten starke polnische Variante des Nachrichtenblattes ist im Vergleich zu *Polityka* und *Wprost* weniger politisch und meinungsbildend orientiert. Publizistisch und inhaltlich kann die polnische *Newsweek* zwischen den deutschen Magazinen *Focus* und *Stern* angesiedelt werden. Für drei neue Polnische Złoty²⁴⁵, also 0,50 neue Polnische Złoty weniger als die beiden Magazine *Polityka* und *Wprost*, war *Newsweek* in den polnischen Kiosken zu haben. Gleich nach dem Start am 1. September 2001 konnte *Newsweek* einen publizistischen Erfolg verbuchen. Der internationale *Newsweek*-Verbund verschaffte dem Neuling Vorteile bei der Berichterstattung über die Terroranschläge vom 11. September 2001. Nur einen Tag nachdem die Zwillingtürme des World Trade Centers in New York City eingestürzt waren, brachte die polnische *Newsweek* bereits ein Sonderheft heraus (vgl. Roser 2001b : 23).

²⁴⁴ „*Polityka* uznawana jest za pismo bliższe lewej stronie sceny politycznej, a *Wprost* – prawej, przy czym w jego przypadku sympatie polityczne bywają bardziej widoczne.“

²⁴⁵ Das sind rund 0,75 Euro.

Zu den ungewöhnlichsten Neugründungen im Bereich der politischen, meinungsbildenden Zeitschriften/Wochenzeitungen zählt die im Oktober 1990 von dem ehemaligen Pressesprecher der kommunistischen Regierung, Jerzy Urban, ins Leben gerufene Wochenzeitung *Nie* (Nein). Das publizistische Konzept von *Nie* ist auf dem polnischen Markt – und vermutlich auch auf dem europäischen Markt – einmalig: Unter dem Etikett einer satirischen Zeitschrift bieten Jerzy Urban und seine Mitarbeiter auf jeweils acht bis zwölf großformatigen Seiten eine Mixtur aus einerseits anti-klerikalen, respektlosen, teils geschmacklosen und vulgären Beiträgen über die katholische Kirche und Polens neue Polit-Elite²⁴⁶ und andererseits investigativem politischen Journalismus (vgl. Goban-Klas 1994 : 225; Pokorna-Ignatowicz 1999 : 81). „Von den ersten Tagen an attackierte [das Magazin *Nie* – K. H.] Lech Wałęsa, die Kirche, die Priester. [...] Es verwarf jegliche Tradition polnischer satirischer Schriften. Es benutzte eine derbe, vulgäre Sprache sowie obszönen Humor und Graphiken.“²⁴⁷ (Mielczarek 1998 : 166) Sechs Monate nach dem Start erschien *Nie* mit einer Auflage in Höhe von über einer halben Million Exemplaren und in vielen Warschauer Kiosken war die Wochenzeitung bereits am ersten Erscheinungstag sofort vergriffen²⁴⁸. Die ungewöhnliche publizistische Formel von *Nie* erwies sich auch langfristig als erfolgreich: Im Jahre 2001 betrug die verkaufte Auflage 268.000 Exemplare und *Nie* gehörte zu den meist gelesenen polnischen Publikationen (vgl. Goban-Klas 1994 : 225; Pokorna-Ignatowicz 1999 : 81; Ryk 2000; *Planeta* 2002 : 38). Chefredakteur Jerzy Urban erklärte Mitte der neunziger Jahre, dass sein Blatt gezielt am Image eines etwas provinziellen²⁴⁹, polnischen Magazins festhalte und fasste die redaktionelle Linie folgendermaßen zusammen: „Wir sind eine parteiliche, linksgerichtete Publikation, nichtsdestotrotz irritierend für die Parteiführer der Demokratischen Linksallianz.“²⁵⁰ (Mielczarek 1998 : 167)

2. 2. 4. Kulturelle Publikationen

Die Veränderungen, die sich im Laufe des Transformationsprozesses im Bereich der kulturellen Publikationen vollzogen haben, waren enorm und beruhten in großem Maße darauf, dass die Kultur in der Ära der Volksrepublik Polen in der Gesellschaft eine andere Funktion erfüllt hatte. „Die Kultur und die kulturelle Presse der Volksrepublik Polen waren in gewissem Sinne [...] ein künstliches Gebilde und erfüllten im Rahmen der absurden Strukturen des kommunistischen Staates eine besondere Rolle.“ (Kłossowicz 1999 : 254) Kultur in Zeiten des polnischen Kommunismus bot die Möglichkeit, verbotene philosophische, gesellschaftliche und politische Anschauungen – mal mehr, mal minder direkt – auszudrücken. Kultur und

²⁴⁶ Das galt natürlich in erster Linie für die Vertreter national-konservativer politischer Gruppierungen.

²⁴⁷ „Od pierwszych swych dni atakował Lecha Wałęsy, Kościół katolicki, księży. [...] Odrzucił wszelkie tradycje polskich pism satyrycznych. Operował dosadnym, wulgarnym językiem oraz obszernym humorem i grafiką.“

²⁴⁸ Die Erfahrung machte die Autorin dieser Arbeit während ihres dreimonatigen Rechercheaufenthaltes in Warschau im Frühjahr 1991.

²⁴⁹ Damit gemeint sind das Format und Layout von *Nie*, die im Vergleich zu anderen Zeitschriften unprofessioneller wirken und Assoziationen zu einer gut gemachten Schülerzeitung wecken können.

²⁵⁰ „Jesteśmy pismem stronnictwym, lewicowym, choć irytującym dla liderów SLD.“

kulturelle Einrichtungen hatten zudem substitutiven Charakter und ersetzten Dinge, die es in der Volksrepublik Polen gar nicht oder nicht ausreichend gab: Konsumgüter, attraktive Freizeitangebote, populäre Unterhaltung etc. Die zahlreichen und in ihrer graphischen Aufmachung schlichten kulturellen Publikationen, fungierten zudem als ein Forum der polnischen intellektuellen Elite. Zu den bedeutendsten zählten *Kultura*, *Literatura* und *Życie Literackie* (Literarisches Leben). Sie hatten zusammen eine Auflage von rund 250.000 Exemplaren (vgl. Kłossowicz 1999 : 248ff.; Mielczarek 1998 : 248ff.).

Analog zum Schicksal der katholischen Wochenzeitung *Tygodnik Powszechny*²⁵¹ verloren auch die kulturellen Publikationen in der neuen polnischen Realität ihre ehemals exponierte Stellung. Viele ehemals bedeutende und hoch angesehene kulturelle Wochenzeitungen und Monatsschriften wurden nach 1990 eingestellt. Kulturelle Themen wurden in den neunziger Jahren vorwiegend in den Feuilletons der allgemeinen Tageszeitungen behandelt. Der Typus der traditionellen intellektuellen Kulturschriften starb nach dem politischen Systemwechsel zunehmend aus und nur noch eine kleine Reihe kultureller Publikationen, darunter *Twórczość* (Kunst) und *Dialog*, existierten dank staatlicher Subventionen in kleinen Auflagen weiter (vgl. Kłossowicz 1999 : 251f.; Mielczarek 248ff.).

Eine besondere Initiative im Bereich der kulturellen Presse stellte das Projekt von *Wiadomości Kulturalne* (Kulturelle Nachrichten) dar. Bestürzt über die vermeintliche Kulturmüdigkeit polnischer Bürger und Bürgerinnen in der neuen demokratischen Ära und unterstützt durch die nach den Herbstwahlen 1993 wieder an die Macht gekommenen Postkommunisten, beschloss eine Gruppe ehemaliger Kulturjournalisten, eine anspruchsvolle Wochenzeitung alten Typs herauszugeben. Die erste Ausgabe von *Wiadomości Kulturalne* kam am 29. Mai 1994 heraus. Für die ersten beiden Jahre stellte das Kulturministerium 2,2 Millionen neue Polnische Złoty²⁵² zur Verfügung. Die mit dem Projekt verbundenen Ambitionen waren groß und die Startauflage betrug 50.000 Exemplare. Bereits nach kurzer Zeit stellte es sich heraus, dass *Wiadomości Kulturalne* auf eine sehr bescheidene Resonanz stieß. Lediglich 20 bis 30 Prozent der Auflage fanden Käufer, und auch drei Jahre nach dem Start war die Situation unverändert. Das Projekt von *Wiadomości Kulturalne* zeigte, dass es sich um ein nostalgisches Unterfangen handelte und dass eine derartige publizistische Initiative im demokratischen Polen nicht mehr zeitgemäß war. 1999 wurden *Wiadomości Kulturalne* schließlich eingestellt (vgl. Mielczarek 1998 : 248f.; Kłossowicz 1999 : 255)²⁵³.

2. 2. 5. Kinder- und Jugendzeitschriften

Das Angebot im Sektor der Kinder- und Jugendpresse ist in den neunziger Jahren erheblich größer geworden. Die klassischen, in der Ära der Volksrepublik Polen gegründeten Kinderzeitschriften (*Misiu*/Kleiner Bär, *Świerszczyku*/Kleine Grille, *Płomyczku*/Kleine Flamme usw.) und Jugendzeitschriften

²⁵¹ Vgl. hierzu Abschnitt 2.4. in diesem Kapitel.

²⁵² Das sind rund 550.000 Euro.

²⁵³ Siehe hierzu auch URL: katalog.czasopism.pl/pismo.php?id_pisma=522, Stand: 21. August 2002.

(*Walka Młodych*/Der Kampf der Jugend, *Na przelaj*/Querfeldein, *Razem*/Gemeinsam usw.) bekamen vielfältige Konkurrenz, was in den meisten Fällen zu einem starken Rückgang der Auflagen der alten, ehemals sehr populären Publikationen führte. Von insgesamt 154 Kinder- und Jugendzeitschriften, die Mitte der neunziger Jahre auf dem polnischen Markt präsent waren, stammten lediglich 33 aus der Ära der Volksrepublik Polen (vgl. Mielczarek 1998 : 262).

Im Bereich der Kinderpresse neu auf dem Markt sind beispielsweise Produkte der polnischen Verlagsgruppe Prószyński i S-ka (*Już czytam*/Ich lese schon, *Zwierzaki*/Tiere) sowie des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens, das Kinderzeitschriften herausgibt, die mit den populären Kinderprogrammen des Senders verbunden sind. Auch ausländische Verlage haben im Bereich der Kinderpresse Marktlücken entdeckt und diese – insbesondere mit Comic-Produkten – erfolgreich füllen können: Der skandinavisch-polnische Konzern TM Semic gibt beispielsweise *Batman* und *Superman* heraus, die Tochtergesellschaft des dänischen Konzerns Egmont, Egmont Polska, publiziert 14 verschiedene Comics, darunter *Bugs Bunny*, *Mickey Mouse* und *Donald Duck*, wobei sich insbesondere der letztere Titel bei polnischen Kindern sehr großer Beliebtheit erfreut. Auch die katholische Kirche ist im Sektor der Kinderzeitschriften aktiv: In regionalen Verlagen werden verschiedene an Kinder adressierte Titel herausgegeben, darunter *Mały Gość Niedzielny*/Der kleine Sonntagsgast in Katowice (Kattowitz) oder *Mały Przewodnik Katolicki*/Der kleine katholische Führer in Poznań (Posen) (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 81; Bajka 1999a : 89; Lewicka 2000 : 59ff.).

Der Bereich der Teenager- und Jugendpresse wird in großem Maße durch neue Angebote ausländischer Verlage dominiert, wobei „die alte Jugendpresse [...] den Transformationsprozess nur in Bruchteilen überlebt [hat]“ (Filas 1999 : 220). Sehr erfolgreich ist beispielsweise der deutsche Heinrich-Bauer-Verlag, der seit 1991 die in Deutschland seit Jahrzehnten bewährte *Bravo* herausgibt. *Bravo*, die 14-tägig erscheint, war Mitte der neunziger Jahre mit durchschnittlich 700.000 Exemplaren der populärste Titel auf dem polnischen Markt der Teenager- und Jugendpresse. Bis zum Jahre 2000 reduzierte sich die Auflage von *Bravo* auf 380.000 verkaufte Exemplare²⁵⁴. Zur klassischen *Bravo* gesellten sich später die ebenfalls 14-tägig erscheinenden Magazine *Bravo Girl* (225.000 verkaufte Exemplare im Jahre 2000) und *Bravo Sport* (135.000 verkaufte Exemplare im Jahre 2000). Bei polnischen Mädchen und Jungen ebenfalls sehr beliebt sind die Zeitschriften *Dziewczyna*/Mädchen (180.000 verkaufte Exemplare im Jahre 2000) und *Popcorn* (155.000 verkaufte Exemplare im Jahre 2000). Sie wurden bis Ende 1999 von der Verlagsgruppe Jürg Marquard herausgegeben und wurden dann vom Axel Springer Verlag übernommen (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 83; Mielczarek 1998 : 263).

Diese auflagenstarken Teenager- und Jugendmagazine ausländischer Verlage stoßen in Teilen der polnischen Öffentlichkeit auf große Kritik. „Im Gegensatz zu westlichen Trends hörte die polnische Jugend zwar nicht auf zu lesen, das Interesse verlagerte sich aber deutlich und in sehr kurzer Zeit auf ‚importierte‘ Magazine aus Deutschland, die westliche Kultur und Lebensart – und vor allem westliche Sitten – vermitteln (was von

²⁵⁴ Vgl. hierzu die Website des Verbandes zur Kontrolle der Pressedistribution (*Związek Kontroli Dystrybucji Prasy*). URL: www.zkdp.pl/w2000.php, Stand 20. August 2002.

der älteren Generation in einem so katholischen Land wie Polen sehr kontrovers wahrgenommen wird).“
(Filas 1999 : 220)

Zu den alten an Jugendliche adressierten Titeln, die die Transformation überlebt haben, zählen *Filipinka* und *Jestem*/Ich bin. Die seit 1968 herausgegebene Zeitschrift *Jestem* hatte im Jahre 1990 eine Auflage in Höhe von 1 Million Exemplaren. Trotz bedeutendem Auflagenrückgang (146.000 verkaufte Exemplare im Jahr 2000)²⁵⁵ zählt *Jestem* nach wie vor zu den bedeutenden Presseangeboten für polnische Jugendliche. *Jestem* hat zwar durchaus einige Modernisierungen, insbesondere beim Layout, vorgenommen, verfolgt jedoch das ursprüngliche redaktionelle Konzept weiter. Die an Mädchen adressierte Zeitschrift *Filipinka* (108.000 verkaufte Exemplare im Jahr 2000) erinnert kaum noch an die Publikation, die zu Zeiten der Volksrepublik herausgegeben wurde. Nach einer Übernahme durch das Verlagshaus der Zeitschrift *Twój Styl* wurde *Filipinka* in ein exklusives Magazin für junge Polinnen umgewandelt. Das Angebot an speziellen Publikationen für Jungen im Teenageralter ist – analog zu Männerzeitschriften – relativ beschränkt. An diese Zielgruppe richten sich insbesondere Musikmagazine wie *Tylko Rock*/Nur Rock oder Sportzeitschriften (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 83f.; Mielczarek 1998: 264).

2. 2. 6. Boulevard- und Sensationsmagazine

Eine vor 1989 auf dem polnischen Markt unbekannte Pressegattung stieß insbesondere zu Beginn der neunziger Jahre bei vielen polnischen Lesern und Leserinnen auf sehr großes Interesse: die Boulevard- und Sensationspresse. Das beruhte einerseits auf der allgemeinen Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Angeboten auf dem Pressemarkt. Der Krakauer Medienwissenschaftler Ryszard Filas (1999 : 218) begründete den Erfolg dieser Pressegattung aber auch damit, dass „in einer Zeit, als die Auseinandersetzungen in der Politik und Probleme beim Umbau der Wirtschaft die Gesellschaft zunehmend ermüdeten, [...], leichte und unterhaltsame Inhalte [bei polnischen Lesern und Leserinnen – K. H.] auf größte Aufmerksamkeit“ stießen. Die Zeitschrift *Skandale* zählte Anfang der neunziger Jahre zu den meistgelesenen Publikationen in Polen. Im Jahre 1991 belegte sie beispielsweise Platz drei auf der Beliebtheitsskala, ein Jahr später den vierten Platz (vgl. Filas 1999 : 222). Die ungewöhnliche Popularität der Boulevard- und Sensationspresse hielt aber nicht lange an: Offenbar haben sich die polnischen Leser und Leserinnen nach der ersten Faszination an den spektakulären Geschichten, die sich außerdem recht häufig wiederholten, satt gelesen – die Auflagen begannen merklich zu sinken (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 84).

Zur Gattung der Boulevard- und Sensationspresse gehören in Polen außerdem so genannte *Revolver-Magazine* sowie Sex-Magazine. Wenngleich sie in den Rankings der erfolgreichsten polnischen Zeitschriften und Wochenzeitungen zumeist nicht an den ersten Stellen auftauchen, stellen sie einen festen Bestandteil des

²⁵⁵ Vgl. hierzu die Website des Verbandes zur Kontrolle der Pressedistribution (*Związek Kontroli Dystrybucji Prasy*). URL: www.zkdp.pl/w2000.php, Stand 20. August 2002.

polnischen Zeitschriftenangebots dar. Bei der so genannten Revolver-Pressen handelt es sich in der Regel um billige, zumeist im Zeitungsformat erscheinende Publikationen, die über sensationelle reale oder auch erfundene Kriminalfälle berichten. Von den vielen Dutzend erotischer Magazine, die Anfang der neunziger Jahre auf den Markt kamen, konnten sich rund 20 Titel dauerhaft durchsetzen (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 84; Mielczarek 1998 : 225).

2. 2. 7. TV-Programm-Zeitschriften

Diese Zeitschriftengattung hat sich zu den populärsten und am meisten genutzten Angeboten auf dem polnischen Pressemarkt entwickelt. Der älteste Titel in diesem Segment heißt *Antena* und wird bereits seit Jahrzehnten vom ehemals staatlichen, nun öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehen herausgegeben. Die Expansion der TV-Programm-Magazine erfolgte durch massive verlegerische Initiativen deutscher Verlage. Sie brachten zahlreiche neue TV-Programm-Zeitschriften heraus, die entweder entgeltlich oder unentgeltlich als Beilagen von Tageszeitungen oder Wochenzeitungen vertrieben werden. Die TV-Programm-Zeitschriften entwickelten sich im Laufe der neunziger Jahre zu den auflagenstärksten Angeboten auf dem polnischen Zeitschriftenmarkt. Das wöchentliche TV-Programm-Magazin des Bauer Verlages *Tele Tydzień* (Tele Woche) war im Jahre 2001 die meistgekaufteste Publikation in Polen: Von knapp zwei Millionen Druckexemplaren wurden durchschnittlich 1,56 Millionen verkauft (vgl. Romaniewicz 2001 : 62). Zu weiteren erfolgreichen Titeln zählten *Tele Tydzień/Tele Woche* (1.870.000 Exemplare), *Tele Świat/Tele Welt* (750.000 Exemplare) sowie *Imperium TV* (480.000 Exemplare) des Heinrich-Bauer-Verlages, *To i Owo/Dies und Das* (700.000 Exemplare) des polnischen Midas-Verlages und *Antena* (200.000 Exemplare) des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 84; Mielczarek 1998 : 22ff.).

2. 2. 8. Wirtschaftspresse

Im Vergleich zur Ära der Volksrepublik Polen hat eine weitere Pressegattung nach der politischen und ökonomischen Transformation an Bedeutung gewonnen: Die Wirtschaftszeitungen und Wirtschaftsmagazine. Vor 1989 existierten in diesem Sektor lediglich zwei Publikationen, die Wirtschaftsthemen behandelten. Es handelte sich um *Prawo i Życie* (Recht und Leben) sowie *Życie Gospodarcze* (Wirtschaftsleben). Als nach dem politischen Systemwechsel der Übergang von der Plan- zur Marktwirtschaft erfolgte, erschien es nur konsequent, neue Wirtschaftspublikationen zu gründen, die die Wissensbedürfnisse polnischer Leser und Leserinnen im Wirtschaftsbereich befriedigen konnten. Ein erstes Projekt in diesem Sektor stellte Anfang der neunziger Jahre die Herausgabe der polnischen Version von *Cash* durch den Schweizer Verlag Ringier dar. Trotz professioneller Aufmachung und hoher redaktioneller

Qualität konnte *Cash* die angestrebte Zielgruppe, die neu entstehende polnische Mittelschicht, nicht erreichen²⁵⁶ und musste schließlich Anfang 1997 eingestellt werden (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 87f.). Die vermeintliche Lücke im Angebot der auf Wirtschaft und Recht spezialisierten Publikationen wurde in erster Linie durch den polnischen Verlag Infor geschlossen, der bereits 1987 von dem privaten Unternehmer Ryszard Pienkowski gegründet worden war. Infor verfolgt die Strategie, hochspezialisierte und im Abonnement vertriebene Publikationen mit den Schwerpunkten Wirtschaft und Recht herauszugeben. Der Verlag kaufte im Laufe der Jahre verschiedene Titel auf, die sich mit ähnlicher Thematik befassten und in finanzielle Schwierigkeiten geraten waren. Auf diese Art und Weise entwickelte sich Infor zum bedeutendsten Herausgeber von Publikationen dieses speziellen Sektors in Polen. Neben der Tageszeitung *Prawo i Gospodarka* (Recht und Wirtschaft) gibt Infor unter anderem folgende wöchentlich und monatlich erscheinende Publikationen heraus: *Gazeta Prawna*/Rechts-Zeitung, *Twój Biznes* (Dein Business), *Doradca Podadnika* (Ratgeber des Steuerzahlers), *Poradnik Księgowego* (Ratgeber des Buchhalters), *Personel* (Personal sowie *Sekretariat*) (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 87f.).

Neben Infor haben sich drei weitere Verlage in diesem Bereich etablieren können: Die Gesellschaft Business Press, die die Prestige-trächtige Monatszeitschrift *Businessman Magazine* herausgibt, die Agentur Boss, die das englischsprachige Wochenmagazin *Business News Poland* und das Wochenmagazin *Gospodarka Export Import* (Wirtschaft Export Import) herausgibt, sowie der Verlag Bachurski Media Corp., der wöchentlich die *Gazeta Finansowa* (Finanz-Zeitung) und monatlich das Magazin *Home & Market* herausgibt. Das Angebot an Wirtschaftspresse ist größer geworden, doch der Erfolg dieser Pressegattung ist insgesamt betrachtet relativ bescheiden. Ausnahmslos alle Publikationen haben niedrige Auflagen (vgl. Kowalewska 2000a : 64; Pokorna-Ignatowicz 1999 : 87f.; Jastrzębowski 1999d : 48ff.)²⁵⁷.

2. 2. 9. Computer-Zeitschriften und andere Special-Interest-Magazine

Eine weitere Zeitschriftengattung, die sich erst in den neunziger Jahren entwickelte, ist die Computerpresse. Dies hängt insbesondere mit der steigenden Verbreitung und Nutzung von Personalcomputern im Arbeitsalltag und in der Freizeit zusammen. Pionier in diesem Bereich war der Verlag Lupus, der Zeitschriften wie *Enter* oder *PC Kurier* auf den Markt brachte. In einem zweiten Schritt eroberten Computer-Magazine ausländischer Konzerne den polnischen Markt. Zu den größten Anbietern im Bereich der Computerpresse zählten im Jahre 2001 die Tochtergesellschaft des amerikanischen IDG-Konzerns, IDG Poland (*Computerworld*, *PC World Computer*, *IT Partner*, *NetWorld*, *Digit*, *Internet Standard*, *Informator*

²⁵⁶ Nach Angaben von Thomas Trüb, Mitglied der Unternehmensleitung Ringier Europa und Leiter des Unternehmensbereichs International Ringier, hatte *Cash* niemals eine höhere Auflage als 20.000 Exemplare. Vgl. hierzu: URL: www.persoelich.com/pdf/interviews/interviews99.pdf, Stand: 14. August 2002.

²⁵⁷ Vgl. hierzu auch die Website der Kammer der Presseverleger (*Izba Wydawców Prasy*), URL: www.izbaprasy.pl/wydawnictwa2.htm, Stand: 10. Februar 2002.

IT), die Tochtergesellschaft der deutschen Vogel Media Gruppe, Vogel Publishing House (*Chip, Chip Special*), sowie der Lupus-Verlag (*PC Kurier, Enter, Net Forum, Telcom Forum, CRN*). Auch Verlage, die nicht in erster Linie auf Computerpresse spezialisiert sind, wurden in diesem Zeitschriften-Sektor aktiv. Dazu zählen der Axel Springer-Verlag (*Komputer Świat/Computer-Welt*), der Verlag Bauer (*CD Aktion, Click, Action Plus*) und die Verlagsgruppe Jürg Marquard (*PC Games CD*), die Ende der neunziger Jahre Computer-Magazine auf den polnischen Markt lancierten. Im Jahre 2001 waren im Sektor der Computerpresse insgesamt 13 Verlage vertreten, die 41 Computer-Magazine herausgaben. Die Auflagen reichten von einigen Tausend Exemplaren (*CAD, 3D, Digit*) bis fast 200.000 (*CD Action, Komputer Świat*) (vgl. *Prasa* 2002 : 74ff.; Pokorna-Ignatowicz 1999 : 84ff.; Bajka 1999a : 89; Pokładecka 2000 : 67ff.). Ähnlich wie die Computer-Zeitschriften tauchten zahlreiche Special-Interest-Magazine erst in den neunziger Jahren auf dem polnischen Pressemarkt auf. Dazu zählen insbesondere kulinarische Zeitschriften (*Sól i Pieprz/Salz und Pfeffer*), Garten-Magazine (*Dzialkowca/Der Hobbygärtner, Ogrody/Gärten, Mój piękny ogród/Mein schöner Garten*), Heim- und Einrichtungs-Magazine (*Ładny Dom/Schönes Heim, Dobre Wnętrze/Gute Innenausstattung*), Hobby-Magazine, Magazine für Eltern (*Twoje Dziecko/Dein Kind*) sowie populärwissenschaftliche Magazine (*Focus, Świat Nauki/Welt der Wissenschaft, Wiedza i Życie/Wissen und Leben*). In jedem dieser Spezialsektoren existiert eine große Titelvielfalt. Das neue Angebot der Special-Interest-Publikationen wurde zunächst von polnischen Verlagen auf den Markt eingeführt. Dabei handelte es sich beispielsweise um die Verlage Prószyński i S-ka oder Wydawnictwo Murator. Später entdeckten auch ausländische Verlage dieses Segment des Pressemarktes und begannen eigene Titel – häufig polnische Versionen von erfolgreichen, in anderen EU-Ländern bereits getesteten Zeitschriften – herauszugeben. Im Segment der Special-Interest-Angebote aktiv sind unter anderem die Verlage Burda, Edipress Polska, Gruner + Jahr, Hachette Filipacci Polska, Axel Springer Polska, GE Fabbri Phoenix oder De Agostini (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 84ff.; Jastrzębowski 1999f : 56ff.)²⁵⁸.

2. 3. Die lokale Presse

Mit 14 lokalen Tageszeitungen, 279 lokalen wöchentlichen Publikationen, 98 14-tägig erscheinenden lokalen Publikationen, 213 lokalen Monatsblättern, 13 zweimonatlich erscheinenden lokalen Blättern und 103 lokalen Quartalsblättern stellten lokale Publikationen in den Jahren 1999 und 2000 rund ein Fünftel aller in Polen herausgegebenen Publikationen dar. Hinzu kamen noch 1.049 sub-lokale Publikationen (vgl. *Katalog* 2000 : 200ff.). Es ist vor allem die lokale und die sublokale Ebene, auf der seit 1989 eine beachtenswerte Dynamik zu beobachten war. Im ersten Transformationsjahr entstanden 75 neue lokale Blätter, ein Jahr später waren es bereits 319. Hauptauslöser für die Gründungswelle im Jahre 1989 waren die ersten

²⁵⁸ Vgl. hierzu auch die Website der Kammer der Presseverleger (*Izba Wydawców Prasy*), URL: www.izbaprasy.pl/wydawnictwa2.htm, Stand: 10. Februar 2002.

halbfreien Parlamentswahlen. Ein Jahr später gewannen die lokalen Märkte insbesondere deshalb so sehr an Dynamik, weil im März 1990 das Gesetz über kommunale Selbstverwaltung verabschiedet wurde, das den Dezentralisierungsprozess in Polen beschleunigte. Mit diesem Gesetz wurden Entscheidungsbefugnisse nach unten, in die neu gegründeten Gemeinde- und Stadträte, verlagert, die somit an politischer Bedeutung gewannen (vgl. Gierula/Jachimowski 1999 : 200ff.).

In Bezug auf die Organisations- und Publikationsform der einzelnen Blätter lassen sich auf lokaler und sublokaler Ebene folgende Unterschiede erkennen (vgl. Sobczak 1999 : 90; Gierula/Jachimowski 1999 : 203f.):

1. Publikationen, die von kommunalen Selbstverwaltungen, Stadt- und Gemeinderäten und sonstigen staatlichen Regionalbehörden herausgegeben und von diesen komplett oder zum Teil finanziert werden
2. Publikationen, die formal nicht als Organe lokaler Selbstverwaltungen oder staatlicher Regionalbehörden gelten, aber von diesen komplett oder zum Teil finanziert werden;
3. Publikationen, die von lokalen Parteien, politischen Gruppierungen oder Gewerkschaften herausgegeben werden
4. Publikationen von kulturellen Einrichtungen
5. Publikationen, die von nicht politischen Organisationen geleitet und finanziert werden
6. Betriebszeitschriften, die von privaten Unternehmen und größeren staatlichen Unternehmen herausgegeben werden
7. Publikationen von Privatpersonen
8. religiöse Publikationen, die von Angehörigen der katholischen Kirche oder kirchlichen Organisationen, beispielsweise Diözesen oder Pfarrämtern, herausgegeben werden.

Rund 30 Prozent aller lokalen und sublokalen Titel wurden Ende der neunziger Jahre der so genannten Pfarrbezirkspresse zugeordnet, die sich seit Anfang der neunziger Jahre stark entwickelt hatte²⁵⁹. Weitere 40 Prozent der lokalen Publikationen waren direkt oder indirekt mit kommunalen Selbstverwaltungen, Stadt- und Gemeinderäten und sonstigen staatlichen Regionalbehörden verbunden und wurden von diesen komplett oder zum Teil finanziert. Die Mehrzahl dieser Blätter erfüllte die Funktion eines Informationsbulletins. Die übrigen 30 Prozent verteilten sich auf die anderen gerade angeführten Organisations- und Publikationsformen, wobei die unabhängigen Publikationen von politischen Organisationen und Privatpersonen die größte Gruppe darstellen (vgl. Chorązki 1997).

Lokale und sublokale Publikationen erschienen Mitte der neunziger Jahre in fast jeder dritten der rund 2.500 polnischen Gemeinden und in fast jeder zweiten der 850 polnischen Städte. Auffallend ist, dass die

²⁵⁹ Eine ausführlichere Beschreibung erfolgt im Kapitel V, Abschnitt 2.4.

Verteilung der lokalen Presseangebote im Land sehr ungleichmäßig war (vgl. Chorązki 1997; Mielczarek 1998 : 209). „Am weitesten ist die lokale Presse in jenen Regionen entwickelt, in denen sie traditionell stark verwurzelt – beziehungsweise bis 1989 stärker vertreten – war. Das gilt vor allem für Schlesien, Groß-Polen sowie Pommern.“ (Gierula/Jachimowski 1999 : 201) In der Woiwodschaft Kielce gab es beispielsweise weniger als ein Drittel lokaler Presseangebote als in der Region Großpolen (vgl. Chorązki 1997).

Die Auflagen der einzelnen lokalen und sublokalen Blätter schwankten erheblich: Landesweit betrachtet hatten Ende der neunziger Jahre rund 70 Prozent aller lokalen und sublokalen Publikationen eine Auflage von maximal 3.000 Exemplaren. Nur knapp vier Prozent der lokalen und sublokalen Blätter hatten Auflagen von mehr als 20.000 Exemplaren. Einige lokale Publikationen arbeiteten in Verbänden zusammen oder wurden von so genannten Mini-Konzernen herausgegeben, die im Rahmen des Konzentrationsprozesses, der auf den lokalen Märkten ab 1995 einsetzte, entstanden sind. Dazu gehörten unter anderem der Verlag Wydawnictwo Pomorskie in Tczew, der 13 Wochenzeitungen herausgab, der Danziger Verlag Arkona mit 17 lokalen Publikationen sowie der Verlag To i Owo mit sechs Publikationen (vgl. Mielczarek 1998 : 209; Chorązki 1997; Gierula/Jachimowski 1999 : 206).

2. 4. Die katholische Presse

„Die katholische Kirche spielt im gesellschaftlichen und kulturellen Leben des pluralistischen Polens weiterhin eine große Rolle. Deshalb verdienen ihre Mittel der gesellschaftlichen Kommunikation – so bezeichnet die Kirche die Massenmedien – [...] eine besondere Bedeutung.“ (Kowol 1999 : 235)²⁶⁰ Im Gegensatz zum Rundfunk, zu dem die katholische Kirche erst im Jahre 1989 Zugang erhielt²⁶¹, hat die katholische Kirche bereits in der Ära der Volksrepublik Polen unter anderem 35 populäre katholische Publikationen herausgegeben, die eine Auflage von insgesamt 1,2 Millionen hatten. Nach dem Zusammenbruch des Kommunismus bedurfte es bei den katholischen Blättern zwar keiner Umgestaltung der Eigentumsverhältnisse, wie es bei den säkularisierten Medien der Fall war. Allerdings mussten sich die Publikationen der katholischen Kirche ganz anderen und für sie neuen Herausforderungen stellen: den Bedingungen des Wettbewerbs auf einem freien Pressemarkt. Dies ist nicht allen katholischen Blättern gelungen (vgl. Kowol 1999 : 236).

Zu den Verlierern der Transformation gehört beispielsweise die von katholischen Laien seit 1947 in Krakau herausgegebene Zeitung *Tygodnik Powszechny* (Allgemeine Wochenzeitung). *Tygodnik Powszechny* spielte

²⁶⁰ Polen gilt als das mit Abstand katholischste Land in Europa – im Hinblick auf die konfessionelle Situation nur mit der Republik Irland vergleichbar. Mehr als 95 Prozent aller polnischen Bürger und Bürgerinnen bekennen sich zum Katholizismus (vgl. Bingen 1999 : 141).

²⁶¹ Siehe hierzu Kapitel VI, Abschnitt 1.1.

in der Ära der Volksrepublik Polen bei der polnischen Intelligenzija eine außerordentlich bedeutende Rolle, weil die Wochenzeitung immer als ein Forum der polnischen Opposition galt. Die Wochenzeitung „zahlte sehr schlecht, ließ die Texte lange liegen, bemühte sich nicht um Autoren, nichtsdestotrotz verfügte sie über die besten Federn und Stapel herausragender Texte, die sie fast ohne Mühe gewinnen konnte, weil sie einfach per Post gebracht wurden. ‚Tygodnik‘ beschäftigte in der damaligen Zeit Personen, die nicht immer eine andere Arbeit finden konnten.“²⁶² (Mielczarek 1998 : 243) Die ehemals exponierte Stellung konnte *Tygodnik Powszechny* nach der Transformation der polnischen Presse nicht aufrechterhalten. Konzeptionell und grafisch nahezu unverändert und als ein Forum der intellektuellen Elite nicht mehr von großer Bedeutung hatte die Krakauer Wochenzeitung Ende der neunziger Jahre eine Auflage von lediglich 40.000 Exemplaren. Hinzu kam, dass *Tygodnik Powszechny* auch in Bezug auf die publizistische Qualität Federn lassen musste, da viele frühere Mitarbeiter nach 1989 in den nun nicht mehr geknebelten weltlichen Medien publizierten (vgl. Kowol 1999 : 236f.).

Obwohl im Jahre 1994 drei französische Verlage 40 Prozent der Anteile am Znak-Verlag, der die Wochenzeitung herausgibt, erworben hatten, befand sich *Tygodnik Powszechny* in den neunziger Jahren in permanenten finanziellen Schwierigkeiten. Insbesondere junge Leser und Leserinnen schenken der Lektüre von *Tygodnik Powszechny* kaum Aufmerksamkeit. Gleichwohl gilt *Tygodnik Powszechny* – aufgrund der historischen Bedeutung – noch immer als eine renommierte gesellschaftlich-kulturelle Publikation in Polen (vgl. Pokorna-Ignatowicz 1999 : 80f.; Kowol 1999 : 238; Mielczarek 1998 : 241ff.).

Auch andere katholische Blätter mussten den Verlust von erfahrenen und renommierten Journalisten verkraften, die nach 1989 zu den säkularisierten Medien gewechselt waren. Neben der allgemeinen Krise auf dem polnischen Pressemarkt Anfang der neunziger Jahre war dies ein Grund, warum katholische Wochenzeitungen und andere Publikationen einen Leserschwund und damit verbunden starke Auflagenrückgänge verzeichnen mussten. Durch Modernisierungen und konzeptionelle Änderungen haben es die meisten katholischen Blätter aber geschafft, diese Krise zu überstehen. Im Jahre 1994 verzeichnete der Katalog katholischer Presse und katholischer Verlage insgesamt 568 katholische Titel. Die größte Auflage in Höhe von 300.000 Exemplaren erreichte damals die in Niepokalanów²⁶³ herausgegebene und an das Massenpublikum adressierte Monatszeitschrift *Rycerz Niepokalanej* (Ritter der Unbefleckten), die sich insbesondere durch die Verbreitung des Marienkultes auszeichnet. Drei Jahre später reduzierte sich die Auflage von *Rycerz Niepokalanej* auf rund 230.000 Exemplare (vgl. Kowol 1999 : 237; Mielczarek 198 : 260).

Ebenfalls von Bedeutung sind die beiden populären Wochenzeitungen *Gość Niedzielny* (Sonntags-Gast) und *Niedziela* (Sonntag). *Gość Niedzielny* wird vom Erzbischof in Katowice (Kattowitz) herausgegeben und hatte

²⁶² „Płacił marnie, teksty trzymał długo, w pozyskiwanie autorów nie wkładał żadnej pracy, a mimo to dysponował najlepszymi piórami i stosami wyśmienitych tekstów, które uzyskiwał niemal bez wysiłku, bo po prostu przynosiła je poczta. ‚Tygodnik‘ dawał w owym czasie zajęcie osobom, które nie zawsze mogły znaleźć inną pracę.“

²⁶³ Die Stadt, 50 Kilometer von Warschau entfernt, wurde im Jahre 1927 von dem Franziskaner Maximilian Kolbe gegründet. Niepokalanów, wörtlich übersetzt Stadt der Unbefleckten, entwickelte sich zu einem bedeutenden religiösen Zentrum Polens.

Mitte der neunziger Jahre eine Auflage von rund 200.000 Exemplaren, die stabil geblieben ist. Die Wochenzeitung hatte insgesamt elf unterschiedliche regionale Ausgaben, wodurch sie landesweit auf Resonanz stieß. *Niedziela* wird von der Diözese Częstochowa (Tschenstochau) herausgegeben und hatte 1996 eine Auflage von 270.000 Exemplaren. Auch diese Wochenzeitung setzte auf das Konzept regionalbezogener Berichterstattung und bot 13 verschiedene Ausgaben an. Beide Wochenzeitungen werden überwiegend von älteren, in dörflichen Gegenden wohnenden Frauen gelesen (vgl. Kowol 1999 : 237f.; Mielczarek 1998 : 259; Filas 1997 : 37). Eine sehr große Dynamik verzeichneten in den neunziger Jahren katholische Publikationen, die auf lokaler und insbesondere sub-lokaler Ebene herausgegeben werden. Zu dieser Gruppe zählen insbesondere Pfarrbriefe, in geringerem Maße klösterliche Bulletins. Schätzungen der Katholischen Informations-Agentur zufolge existierten im Jahre 1999 rund 300 solcher Publikationen (vgl. Kowalewska/Polewska 1999 : 57). 200 Publikationen dieser Gruppe schlossen sich im Februar 1996 zu der Landesweiten Vereinigung der Pfarrbezirks-Presse (*Ogólnopolskie Stowarzyszenie Prasy Parafialnej*) zusammen. Zu den Hauptzielen dieser Organisation zählen die Unterstützung und Förderung der lokalen Pfarrbezirks-Presse, die Verbesserung der verlegerischen Aktivitäten, Erfahrungsaustausch sowie die Verbesserung der Qualifikation von Journalisten, die für Pfarrbezirks-Publikationen arbeiten. Zu diesem Zwecke bietet die Vereinigung verschiedene Kurse, Schulungen und Workshops an (vgl. Adamczyk 1998b : 22f.).

Die katholische Kirche hat in den neunziger Jahren zudem den Versuch unternommen, eine eigene Tageszeitung herauszugeben. Die erste derartige verlegerische Initiative im Jahre 1992 in Łódź (Lodz) missglückte. Danach fasste die katholische Kirche den in Katholiken-Kreisen umstrittenen Entschluss, das Imprimatur der bestehenden Zeitung *Słowo Powszechnie* zu erteilen²⁶⁴. Am 22. Januar 1993 erschien die erste Ausgabe von *Słowo – Dziennik Katolicki* (Das Wort – Katholische Tageszeitung), in der der Primas der katholischen Kirche, Kardinal Józef Glemp, einen Sinneswandel in der Gesellschaft anregte. Nach wenigen Monaten zeichnete es sich ab, dass die Zeitung auf keine große Resonanz stieß. In einem inoffiziellen, aber an die Öffentlichkeit gelangten Bericht, der von der polnischen Bischofskonferenz in Auftrag gegeben worden war, hieß es, dass von den 100.000 gedruckten Exemplaren lediglich 8.000 bis 14.000 verkauft werden würden. Die letzte Ausgabe von *Słowo – Dziennik Katolicki* als Tageszeitung erschien am 9. Mai 1997. Danach wurde *Słowo – Dziennik Katolicki* einige Wochen als eine Wochenzeitung herausgegeben und schließlich im Juni 1997 endgültig eingestellt (vgl. Mielczarek 1998 : 258; Kowol 1999 : 238f.).

Mit dem Schicksal von *Słowo – Dziennik Katolicki* beschäftigte sich Pater Tadeusz Rydzyk, der im Jahre 1991 das erzkonservative katholische *Radio Maryja* ins Leben gerufen hatte. Er kam zu dem Schluss, dass dieses Blatt nicht zu retten war (vgl. Mielczarek 1998 : 258). Stattdessen initiierte Rydzyk die Entstehung der Tageszeitung *Nasz Dziennik*, welche seit Januar 1998 erscheint. Herausgeber dieser katholischen Zeitung

²⁶⁴ Diese Zeitung wurde seit 1947 von der katholischen Vereinigung *PAX* herausgegeben, die mit den kommunistischen Machthabern kooperierte und von der polnischen katholischen Kirche nicht akzeptiert wurde (vgl. Mielczarek 1998 : 258; Kowol 1999 : 238).

ist die Stiftung *Nasza Przyszłość* (Unsere Zukunft), die mit *Radio Maryja* eng verbunden ist. Nach Verlagsangaben betrug die Auflage von *Nasz Dziennik* im Jahre 1999 rund 200.000 Exemplare. Im Jahre 2001 sollen täglich 250.000 Exemplare gedruckt worden sein (vgl. Olejnik 2001 : 36; Bajka 1999b : 62). „Die Auflage [von *Nasz Dziennik* – K. H.] bleibt ein Geheimnis.“²⁶⁵ (Czackowska 2002) *Nasz Dziennik* präsentiert sich als eine Zeitung, die christliche Werte sowie die polnischen Traditionen und die polnische Kultur unterstützt und bewahrt. Um Leser wirbt *Nasz Dziennik* unter anderem mit folgenden Slogans: „Wir übermitteln Informationen, die andere Medien verschweigen. Wir erklären Mechanismen, die andere verbergen.“²⁶⁶

²⁶⁵ „którego nakład pozostaje tajemnicą. Prawdopodobnie dziennik sprzedaje się w kilkudziesięciu tysiącach egzemplarzy.“

²⁶⁶ „Przekazujemy informacje, o których inne media milczą. Tłumaczymy mechanizmy, które inni ukrywają.“ Siehe hierzu die Website von *Nasz Dziennik*. URL: www.naszdziennik.pl/st-stale/redakcja.shtml, Stand: 27. Mai 2002.

3. Tendenzen im Leserverhalten

Die Veränderungen, die sich auf dem polnischen Pressemarkt vollzogen haben und die durch die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft sowie neue verlegerische Aktivitäten eingeleitet wurden, waren groß und begleitet von Veränderungen im Nutzungsverhalten der polnischen Leser. Ende der achtziger Jahre lasen rund vier Fünftel aller Polen regelmäßig oder gelegentlich eine Tageszeitung. Rund zwei Drittel aller polnischen Leser nutzten regelmäßig oder gelegentlich eine Zeitschrift (Filas 1997 : 26). „In dieser Beziehung hat sich in den neunziger Jahren fast alles geändert.“²⁶⁷ (ibid) Diese Feststellung des Krakauer Medienexperten bezieht sich in erster Linie darauf, dass es der Sektor der Zeitschriften gewesen ist, auf dem die größte Dynamik zu verzeichnen war, und dass sich diese Pressegattung zu der am meisten genutzten entwickelt hat. In einer Ende 1996 durchgeführten Untersuchung gaben nur noch 61 Prozent aller Befragten an, regelmäßig oder gelegentlich eine Tageszeitung zu lesen. Der Anteil regelmäßiger Leser hatte sich auf rund 31 Prozent reduziert. Dagegen gaben 71 Prozent der Befragten an, regelmäßig oder gelegentlich eine Zeitschrift zu lesen. Der Anteil der regelmäßigen Zeitschriften-Nutzer betrug 50 Prozent. Im Nutzungsverhalten wurden geschlechtsspezifische Unterschiede deutlich. Bei der regelmäßigen oder gelegentlichen Nutzung von Tageszeitungen überwogen die Leser (68,5 Prozent der Männer im Gegensatz zu 54,8 Prozent der Frauen), bei der regelmäßigen oder gelegentlichen Nutzung von Zeitschriften überwogen die dagegen die Leserinnen (79,3 Prozent der Frauen im Gegensatz zu 62,5 Prozent der Männer). Im Jahre 1999 durchgeführte Untersuchungen bestätigten diesen Trend (vgl. Filas 1997 : 28ff.; Ryk 2000).

Zusammenfassend kann man feststellen, dass die einzelnen Pressegattungen in den verschiedenen Phasen der Transformation und der folgenden Entwicklung ihre Hochs und Tiefs erlebt haben. Bis Mitte der neunziger Jahre stießen insbesondere folgende und oftmals neuartige Presseangebote auf großes Interesse bei den polnischen Lesern und Leserinnen (vgl. Filas 1999 : 215ff.; Goban-Klas 1994 : 224f.):

1. so genannte leichte Magazine mit sensationellen Berichten (*Detektyw, Skandale, Sensacje* etc.) oder mit einer Mixtur aus Politik, Sensationen und Sex (*Raport*) oder mit erotischen Inhalten und Illustrationen (*Cats, Playboy* etc.)
2. Anzeigenblätter und Anzeigen-Zeitungen (*Top, Kontakt* etc.)
3. Pop-Musik-Magazine und westliche Jugendmagazine (*Magazyn Muzyczny, Rock'n Roll* etc.)
4. Magazine mit Horoskopen und Pseudowissenschaften (*Nie z tej Ziemi/Nicht von dieser Erde, Nieznany Świat/Unbekannte Welt* etc.)
5. Nachrichtenmagazine (*Wprost*)
6. Frauenmagazine
7. TV-Programm-Magazine

²⁶⁷ „W latach dziewięćdziesiątych zmieniło się pod tym względem prawie wszystko.“

Der Erfolg dieser Gruppe von Publikationen erfolgte auf Kosten traditioneller Periodika. Zu den Verlierern der ersten Jahre der Pressetransformation zählten (vgl. Filas 1999 : 215ff.; Goban-Klas 1994 : 224f.; Kłossowicz 1999 : 247ff.):

1. katholische Publikationen, darunter *Tygodnik Powszechny*
2. Publikationen, die sich an spezielle Berufsgruppen (Landbevölkerung, Armee) richteten
3. die traditionellen sozio-politischen Zeitungen und Magazine (darunter *Przeгляд Tygodniowy*/Wochenüberblick, *Prawo i Życie*/Recht und Leben)
4. betriebliche Publikationen und Publikationen für bestimmte Berufsgruppen
5. die allgemeinen Magazine (darunter das älteste polnische Magazin *Przekrój*/Querschnitt)
6. die traditionelle kulturelle Presse
7. die traditionelle Jugendpresse.

Wie die Entwicklung ab Mitte der neunziger Jahre zeigte, setzte sich dieser Trend zwar im allgemeinen fort, die Faszination des Neuen hielt allerdings nicht bei allen Angeboten an. Leserrückgänge musste in erster Linie die Gruppe der billigen, sensationellen und pseudowissenschaftlichen Publikationen verzeichnen. Nach wie vor sehr beliebt sind hingegen die TV-Programm-Magazine, Ratgeber und Frauenzeitschriften, die eine so breite Angebotspalette bieten, dass Leser und Leserinnen jeglichen Alters, jeglicher Ausbildung und jeglichen sozialen Status das passende Angebot finden können (vgl. Filas 1997 : 35ff.; Bajka 1999b : 56; Sobczak 1999 : 59). Laut Filas (1997 : 45) hat die neue wettbewerbsgeprägte Situation auf dem Pressemarkt polnische Leserinnen und Leser in eine komplett neue Lage versetzt: „Sie sind es, die in einem unvergleichlichen Maße die Bedingungen diktieren konnten, indem sie zu konkurrierenden, attraktiveren Publikationen griffen.“²⁶⁸

²⁶⁸ „To oni w nieporównalnym większym stopniu mogli dyktować warunki, kupując pisma konkurencyjne [...], bardziej atrakcyjne.“

4. Auf dem polnischen Pressemarkt vertretene Verlage – Stärke durch Gemeinsamkeit

Ende der neunziger Jahre waren auf dem polnischen Pressemarkt mehrere hundert Verlage vertreten. Die größten und bedeutendsten haben sich in der Kammer der Presseverleger (*Izba Wydawców Prasy*) zusammengeschlossen, welche am 30. März 1996 in Warschau ins Leben gerufen wurde. Die Kammer entstand auf Initiative von zwei Interessensvertretungen von Presseverlegern, die bereits Anfang der neunziger Jahren gegründet worden waren: der Union der Presseverleger (*Unia Wydawców Prasy*) und der Gesamtpolnischen Vereinigung der Presseverleger (*Ogólnopolskie Stowarzyszenie Wydawców*).

Die Union der Presseverleger war im Jahre 1991 gegründet und beim Gericht als Arbeitgebervereinigung registriert worden. Die Union verzeichnete im Jahre 1996 rund 120 Mitglieder, bei denen es sich in der Regel um Verlage überregionaler und regionaler Tageszeitungen sowie von Wochenzeitungen und Zeitschriften handelte. Dieser Interessenvertretung beigetreten waren die größten polnischen Verlage, die bedeutende Publikationen herausgaben, darunter: *Gazeta Wyborcza*, *Rzeczpospolita*, *Polityka*, *Wprost*, *Twój Styl*. Die Gesamtpolnische Vereinigung der Presseverleger war ebenfalls im Jahre 1991 entstanden und verzeichnete im Jahre 1996 25 Mitgliedsverlage. Diese Verlage gaben damals rund 100 Titel mit einer Gesamtauflage in Höhe von etwa 20 Millionen Exemplaren heraus. Die Gesamtpolnische Vereinigung der Presseverleger repräsentierte in erster Linie Verlage, die bunte und unterhaltende Publikationen herausgaben (vgl. Zmelonek 1999 : 92; Sieczkowski 1996).

Ein Grund für die Fusion der beiden Interessenvertretungen war die Tatsache, dass der im Gründungsjahr 1991 festgelegte Status der Union der Presseverleger als Arbeitgeberverband die Möglichkeiten beschränkte, in eigener Sache gegenüber staatlichen Einrichtungen und territorialen Selbstverwaltungen aktiv zu werden. Ein weiterer Grund war, dass beide Verbände zunehmend zu der Ansicht gelangten, dass es angesichts der starken Zersplitterung des Pressemarktes, die der Auflösung der *RSW*-Konzerns folgte, sinnvoll wäre, eine einzige starke Organisation zu etablieren, die die Interessen der Verleger vertreten und effektiv Lobby-Arbeit leisten würde. Obwohl sich die beiden Organisationen durchaus voneinander unterschieden, stimmten deren Vorstände und die Vertreter²⁶⁹ der verschiedenen Verlage Ende März 1996 der Fusion und der Gründung der Kammer der Presseverleger zu (vgl. Zmelonek 1999 : 92; Sieczkowski 1996).

Ende 2001 hatte die Kammer der Presseverleger insgesamt 113 Mitglieder, darunter kleine Verlage wie Wydawnictwo Przekrój sowie die Hauptakteure des polnischen Pressemarktes, darunter Agora, Axel Springer, Gruner + Jahr, Infor, Prószyński, Bauer etc.²⁷⁰ Seit ihrer Gründung verfolgt die Kammer der Presseverleger verschiedene Ziele. Ende 2001 zählten dazu vor allem die Beibehaltung²⁷¹ der für Verlage geltenden Befreiung von der Mehrwertsteuer, die Teilnahme der polnischen Verlage an der Privatisierung des staatlichen und größten polnischen Vertriebsunternehmens Ruch, die Schaffung spezieller,

²⁶⁹ Sieczkowski (1996) nennt 131 Verlagsvertreter, die bei der Kammer-Gründung anwesend waren, Zmelonek (1999 : 92) 127.

²⁷⁰ Vgl. hierzu die Website der Kammer der Presseverleger: www.izbapras.pl/wydawnictwa2.htm, Stand 9. Januar 2002.

²⁷¹ Aufgrund wiederholter Interventionen der Kammer der Presseverleger wurde im Jahre 1996 die geplante Einführung einer Mehrwertsteuer für Verlage in Höhe von einem Prozent, die im Laufe der Zeit erhöht werden sollte, verhindert. Vgl. hierzu die Website der Kammer der Presseverleger: www.izbapras.pl/wydawnictwa2.htm, Stand 9. Januar 2002.

kostengünstiger Bedingungen für den Vertrieb von Publikationen im Postversand sowie die Mitwirkung bei wichtigen Gesetzesinitiativen, beispielsweise einem neuen Pressegesetz. Die Kammer bietet ihren Mitgliedern außerdem Service-Leistungen an. Dazu gehören die Organisation von speziellen Schulungen, Rechtsberatung sowie die Erstellung von Expertisen in Steuerfragen. Die Verlegerorganisation ist in verschiedene Kommissionen untergliedert, in denen Vertreter der Mitgliedsverlage ehrenamtlich arbeiten. Repräsentanten der Kammer sind ebenfalls bei allen für den Presse-Sektor relevanten Sitzungen des Sejms oder Senats vertreten (vgl. Zmelonek 1999 : 92; *Nowe* 2000a : 6)²⁷².

²⁷² Vgl. hierzu die Website der Kammer der Presseverleger: www.izbaprasz.pl/informacje.htm, Stand 9. Januar 2002.

Kapitel VI: Transformation und Entwicklungsprozess im Rundfunk

1. Die Rundfunktransformation – Auf der Suche nach einem konsensfähigen neuen Modell

1.1. Der staatliche Rundfunk als ein transformationsresistentes Relikt

Im Rundfunkbereich setzte ein fundamentaler struktureller Wandel wesentlich später ein als im Presse-Sektor. Während der Verhandlungen der Untergruppe Massenmedien bei den Gesprächen am *Runden Tisch* waren die oppositionellen Bürgerkomitee-Vertreter im Bereich des Rundfunks weit weniger erfolgreich als bei der Presse, wo sie von der kommunistischen Regierungskoalition weitreichende Zugeständnisse erzielen konnten. Im Rundfunkbereich war die kommunistische Regierungskoalition lediglich bereit, das inhaltliche Monopol des staatlichen Fernsehens und Radios insoweit aufzugeben, als sie den oppositionellen Vertretern sehr eingeschränkte Sendezeiten im staatlichen Rundfunk zugestand, wobei die Inhalte dieser Sendungen vor ihrer Ausstrahlung der Zensorbehörde vorgelegt werden mussten (vgl. Salmonowicz 1989 : 78; Mielczarek 1998 : 34).

Ihre ungebrochene Macht über das Fernsehen demonstrierten die kommunistischen Machthaber, als sie am 17. April 1989 den Regierungssprecher Jerzy Urban – in der Zeit der Kriegszustandes Pressesprecher der Regierung Jaruzelski und daher in der polnischen Bevölkerung ein Inbegriff des politischen Zynismus – zum Vorsitzenden des Radio- und Fernsehkomitees ernannten. Urban wurde mit dieser Ernennung zugleich der Rang eines Ministers verliehen.²⁷³ Mit einer für ihn typischen, simplen, aber perfiden Logik begründete Jerzy Urban den Kontrollanspruch der kommunistischen Regierung über den Rundfunk damit, dass die Arbeit von Radio und Fernsehen von nur einem einzigen Programmkonzept geleitet sein könne (vgl. Goban-Klas 1994 : 211).

In der Hoffnung, die polnische Bevölkerung durch einen symbolträchtigen Akt vor den ersten *halbfreien* Wahlen für sich gewinnen zu können, verabschiedete der von der PVAP dominierte Sejm im Mai 1989 mehrere Gesetze, die den historischen Ausgleich mit der katholischen Kirche besiegeln und das Verhältnis zwischen dem Staat und der Kirche regeln sollten. Unter anderem befand sich in den Gesetzen ein Passus, der der Kirche den Betrieb von Radio- und Fernsehsendern zugestand und den Zugang zum staatlichen Rundfunk gewährte. Damit hatte der Staat sein juristisches und ökonomisches Rundfunkmonopol offiziell aufgegeben (vgl. Kowalewska-Onaszkiewicz 1999 : 150; Sparks/Reading 1994 : 256; Pitzer 1994 : 9).

Auch nach den für die oppositionelle *Solidarność* erfolgreichen Juni-Wahlen verlief eine Reform der Rundfunkordnung und des existierenden staatlichen Rundfunks relativ schleppend. Bis zur Verabschiedung eines neuen Rundfunkgesetzes vergingen dreieinhalb Jahre. Bis zu diesem Zeitpunkt blieb das im Jahre 1960 von der PVAP und ihren Bündnispartnern verabschiedete Rundfunkgesetz, das damals dazu bestimmt war,

²⁷³ Diese Entscheidung des Premierministers Rakowski wurde von den Bündnisparteien der PVAP, der Bauernpartei und der Demokratischen Partei mit Verwunderung aufgenommen. Sie wollten mit Urban und seinem schlechten Image in der polnischen Bevölkerung nichts zu tun haben. Urbans Nominierung wurde nur mit einer knappen Mehrheit besiegelt (vgl. Goban-Klas 1994 : 211).

das parteiliche Machtmonopol im Rundfunk abzusichern, weiterhin in Kraft und regulierte den Rundfunk-Sektor. Oberstes ausführendes, kontrollierendes und produzierendes Organ blieb bis zur Rundfunkreform das so genannte Radio- und Fernsehkomitee (vgl. Goban-Klas 1994 : 226; Mielczarek 1998 : 51).

Sparks und Reading (1994 : 254) sahen eine nicht vorhandene breite Mobilisierung als einen Grund dafür, dass sich im polnischen Rundfunk strukturell lange nichts verändert hat: „The whole process was conducted by means of discussion between the elite representatives of government and opposition. The result was that there was a steady and undramatic change of control from the communists to the new powers.“ Als sicher kann gelten, dass Polens erste Regierung unter Mitbeteiligung von *Solidarność* und unter der Führung des ersten nichtkommunistischen Premiers Tadeusz Mazowiecki beim Rundfunk genauso wie bei anderen staatlichen Institutionen von einer undankbaren Aufgabe stand: An Stelle der relativ einträchtigen Kritik an dem bestehenden System galt es, ein neues, mehrheitsfähiges und konstruktives Modell für die Zukunft zu entwickeln. Dass die Regierung Mazowiecki bereits für das kompromissbetonte und im Hau-Ruck-Verfahren verabschiedete Gesetz über die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft viel Kritik einstecken musste, mag ein wichtiger Grund gewesen sein, warum grundsätzliche Entscheidungen über eine neue Rundfunkordnung nicht vorschnell getroffen wurden.

Als erste rundfunkpolitische Maßnahme der Regierung Mazowiecki gilt die Einberufung einer dem Rundfunkkomitee unterstellten Kommission zur Reform von Hörfunk und Fernsehen im Herbst 1989. Sie wurde geleitet von dem Literaturkritiker und Oppositionsaktivisten Andrzej Drawicz, der von Tadeusz Mazowiecki Ende Oktober 1989 zum Vorsitzenden des Rundfunkkomitees berufen worden war. Die Reform-Kommission stützte sich in ihren Überlegungen auf ein auf Dissidentendebatten beruhendes und von der *Solidarność* grob weiterentwickeltes Konzept eines Drei-Säulen-Modells. Diesem Modell zufolge sollte es neben Rundfunkveranstaltern öffentlich-rechtlichen Charakters und privaten, an Gewinnen orientierten Sendern auch noch eine dritte Gruppe nichtkommerzieller Betreiber, so genannter *gesellschaftlicher* Sender geben, die eine große Bandbreite an Meinungen, Orientierungen und Überzeugungen repräsentieren sollten (vgl. Jakubowicz 1999a : 163; Jakubowicz 1999b : 183; Maziarski 1999: 182).

Während die Vorstellung eines kommerziellen Rundfunk-Sektors allenthalben Zustimmung fand und im Gegensatz dazu ein wie auch immer gearteter Fortbestand der staatlichen Sender umstritten war²⁷⁴, geriet das Konzept des *gesellschaftlichen* Rundfunks zunehmend ins Abseits.²⁷⁵ Das ursprüngliche Konzept des *gesellschaftlichen* Rundfunks sah vor, dass idealtypisch ein Markt diverser homogener Sender entstehen sollte, die von jeweils einer gesellschaftlich relevanten Institution betrieben werden würden. Eine

²⁷⁴ Die Reformkommission hatte im Februar 1990 vorgeschlagen, das staatliche Polnische Fernsehen in öffentlich-rechtliche Strukturen überzuführen. Dieser Vorschlag wurde vom Ministerrat abgelehnt (vgl. Jakubowicz 1999b : 188).

²⁷⁵ Diese Tendenz zeichnete sich bereits sehr früh ab. Noch bevor Drawicz Vorsitzender des Radio- und Fernsehkomitees wurde, erklärte eine Gruppe *Solidarność*-Vertreter in einer Fernsehsendung, dass es nicht mehr nötig sei, das Polnische Fernsehen zu vergesellschaftlichen, da es eine Institution der Regierung sei und nun die *Solidarność* regiere (vgl. Jakubowicz 1999b : 188). „Diese Denkweise, Rundfunk primär als ‚Instrument‘ der Regierung zu betrachten, wird damit gerechtfertigt, man sei ja demokratisch gewählt und daher auch legitimiert, die Massenmedien zu nutzen zur Verbreitung der nun ‚richtigen Wahrheit‘.“ (Kleinwächter 1994a : 55)

konsequente Entwicklung dieses Drei-Säulen-Modells wurde – zur Bestürzung seiner konzeptionellen Architekten – politisch nicht forciert²⁷⁶ (vgl. Jakubowicz 1995a : 65; Jakubowicz 1999 : 163 f.).

Begleitet wurde diese Haltung von einer anderen Entwicklung, die sicherlich nicht dazu beigetragen hatte, das Tempo der Reformen beim staatlichen Rundfunk zu beschleunigen. „The new post-1989 governments, which had just been created on a wave of general euphoria, were almost immediately faced with a generally very hostile and aggressive press. Both the old and new guard of journalists, each for its own reasons (to regain credibility in the former case, and to show it had not sold out in the latter) found it expedient to be extremely critical of the authorities.“ (Jakubowicz 1994a : 281) Nur kurze Zeit an den Schaltstellen der Macht sah sich die ehemalige Opposition, deren Vertreter für freie Medien gekämpft hatten und dafür zum Teil sogar Gefängnisstrafen verbüßen mussten, den unangenehmen Seiten der neuen Medienfreiheit ausgesetzt. „Geknebelt unter dem kommunistischen Regime, empfanden die Journalisten nach 1989 Genugtuung darin, es allen demokratischen Regierungen einmal zu zeigen. Auch ihren Freunden aus dem Untergrund erwiesen sie trotzig die frisch gewonnene Unabhängigkeit Tag für Tag. Auf Bitten der Regierung Mazowiecki, den Menschen die Reformpolitik zu erklären, stellte sich die Mehrheit der Journalisten taub.“ (Weidemann 1999 : 48)

Bei der aggressiven Kritik an den Reformen und den Reformern handelte es sich einerseits um Propaganda der Zeitungen des politischen Gegners, andererseits um Berichte, die die enttäuschten Hoffnungen der Menschen, die schnelle Verbesserungen der politischen, wirtschaftlichen und sozialen Lage ihres Landes erwartet hatten, dokumentierten. Um notwendige personelle Veränderungen im staatlichen Rundfunk einzuleiten, aber wahrscheinlich auch, um sich vor den vielen Anfeindungen in den Medien zu schützen, begann die Regierung Mazowiecki den staatlichen Rundfunk für sich zu nutzen: Wie bereits erwähnt wurde zum Chef des neuen und erstmalig nach den Paritäten des Sejms besetzten Radio- und Fernsehkomitees ein *Solidarność*-Aktivist ernannt: der enge Freund von Tadeusz Mazowiecki, Andrzej Drawicz. „Die Beibehaltung des Vorsitzenden des Radiokomitees in den Strukturen der Regierung erwies sich vom Standpunkt der Interessen der postoppositionellen Eliten als sehr vorteilhaft.“²⁷⁷ (Dobek-Ostrowska 1997 : 80)

Drawicz verzichtete aufgrund der Vereinbarungen am *Runden Tisch* und Mazowieckis Politik des dicken Schlussstrichs auf groß angelegte Säuberungsaktionen innerhalb der Rundfunk-Belegschaft. Er entließ aber diejenigen Mitarbeiter, die mit dem alten Regime sehr eng verbunden waren, und besetzte führende Positionen mit Personen, die der *Solidarność*-Bewegung nahe standen. Ab Herbst 1989 erschienen auf den polnischen Fernsehbildschirmen völlig neue und bis dahin unbekannte Gesichter. Dies galt insbesondere für

²⁷⁶ Kleinwächter (1994a : 55) begründete das Scheitern der innovativen Kommunikationsmodelle folgendermaßen: „Es zeigte sich [...], daß die radikal demokratischen Ansätze des partizipatorischen Modells die typische Ambivalenz von in intellektuellen Zirkeln konstruierten idealistischen Szenarien hatten. Sie waren stark in der theoretischen Argumentation, aber nicht lebensfähig, weder politisch durchsetzbar noch wirtschaftlich finanzierbar.“

²⁷⁷ „utrzymanie prezesa Radiokomitetu w strukturze rządu, okazało się bardzo korzystne z punktu widzenia interesów elit postopozycyjnych.“

Nachrichtensendungen und politische Magazine (vgl. Goban-Klas 1994 : 233; Sparks/Reading 1994 : 255; Mielczarek 1998 : 91; Słomkowska 1996 : 28). „Als erste spektakuläre Geste wurde die Hauptinformationssendung, die Nachrichten um 19.30 Uhr geändert: ein neuer Name, neue Erkennungszeichen und neue Sprecher.[...] Die Glaubwürdigkeit dieses Programms stieg trotz aller Fehler sprunghaft an.“ (Tombiński 1990 : 342)

Was die Transformation des Rundfunks anbelangt, existierte – genauso wie bei vielen anderen gesellschaftlichen Fragen – eine Spaltung in der polnischen Gesellschaft. Ein Teil der Öffentlichkeit warf Mazowiecki und Drawicz vor, dass sie die in Jahrzehnten gewachsenen Strukturen des staatlichen Rundfunks, insbesondere die Personalstrukturen, nicht radikal genug aufbrächen (vgl. Tombiński 1990 : 342). Ein anderer Teil der Öffentlichkeit beschuldigte Mazowiecki hingegen, dass auch er das Fernsehen instrumentalisieren. „Das Fernsehen dient nach wie vor als Informationsinstrument der Regierung und versucht, die Menschen für die eingeleiteten Reformen zu gewinnen. Das geschieht aber immer noch auf eine instrumentelle, nicht autonome Art und Weise.“ (Tombiński 1990 : 342) Die Regierung Mazowiecki reagierte auf solche Vorwürfe, indem sie ihr Vorgehen damit rechtfertigte, dass der lange und schwierige Prozess der Transformation einen gesamtgesellschaftlichen Konsens erfordere, den eine allzu kritische und aggressive Berichterstattung zu zerstören drohe (vgl. Dobek-Ostrowska 1997 : 83). „The new governments were taken aback and stung by what they considered to be completely unjustified treatment from the press. They felt cut off from the public opinion and unable to deliver their message to the public. So, they can perhaps be forgiven for feeling that they needed support from at least some media and were not happy about the prospect of losing those they could still control.“ (vgl. Jakubowicz 1994a : 281).

Die neue polnische Machtelite nahm gegenüber dem Rundfunk also recht schnell eine zwiespältige Haltung ein. Tadeusz Mazowiecki betonte einerseits immer wieder die Bedeutung einer freien Presse und eines freien Journalismus²⁷⁸, in der realen Politik wurde allerdings nicht viel unternommen, um eine unabhängige Berichterstattung im staatlichen Rundfunk zu etablieren. „When the movement succeeded in obtaining power in the state and society, its pattern of media management was based on mixed and contradictory doctrines: one that promoted pluralism and freedom of the media and a second that judged media performance on whether it served or hindered the interests of the power structure.“ (Goban-Klas 1994 : 232) Diese zwiespältige Position führte dazu, dass der polnische Rundfunk nicht nur aufgrund ausgebliebener bedeutender Säuberungen zu einem bedeutenden Teil personell, sondern auch aufgrund des verlockenden politischen Potentials ebenso strukturell eine relativ lange Zeit ein transformationsresistentes Relikt polnischer Medienpolitik geblieben ist (vgl. Sparks/Reading 1994 : 255; Sabbat-Swidlicka 1992 : 50).

²⁷⁸ Beispielsweise betonte Premierminister Tadeusz Mazowiecki am 12. Oktober 1989 in einer Rede im Sejm, dass es einen offenen Informationsfluss zwischen der Regierung und der Bevölkerung geben und dass der Zugang zum Fernsehen und Radio allen gewährt werden müsse. Auch müsse der Rundfunk einen pluralistischen Charakter haben (vgl. Sparks/Reading 1994 : 255).

Insbesondere das Radio- und Fernsehkomitee war stets ein Objekt des politischen Interesses, da es bis zum Inkrafttreten des neuen Rundfunkgesetzes im Jahre 1993 den Staat als alleinigen Eigentümer, Kontrolleur und Produzenten von Rundfunkprogrammen repräsentierte. Aufgrund dieser besonderen Position und Machtkonzentration kam es ungewöhnlich häufig zum Personalwechsel in diesem Gremium. Von Herbst 1989 bis zur Auflösung des Komitees Ende 1993 wurden vier verschiedene Vorsitzende²⁷⁹ dieses Gremiums ein- und abberufen (vgl. Mielczarek 1996b : 67). „Each time a new head is appointed, personnel changes ripple through all the major departments; and related organizational and programming changes are set in motion.“ (Sabbat-Swidlicka 1992 : 50)

Die einzelnen Vorsitzenden des Radio- und Fernsehkomitees nutzten ihren Einfluss zugunsten der Partei, der sie ihre Einberufung verdankten. Manche nutzen ihre Position auch zu ihrem eigenen Vorteil: Da es gestattet war, trotz des ihnen auferlegten Amtes unternehmerisch aktiv zu bleiben, war es durchaus möglich, dass Komitee-Mitglieder ihre eigenen Firmen mit Hörfunk- oder Fernsehproduktionen beauftragten und dafür teilweise sogar auch noch die Gerätschaften des staatlichen Rundfunks nutzten. Von solcher Praxis profitierten manchmal auch die Angestellten der Rundfunkbetriebe, die nebenbei für die Privatfirmen der Komitee-Mitglieder arbeiteten (vgl. Sabbat-Swidlicka 1992 : 50; Gebel 1993).

Dass die Arbeiten an einem neuen Rundfunkgesetz nach der politischen Wende relativ langsam verliefen, änderte sich auch nicht, als der dem liberalen Flügel zugehörige Danziger Unternehmer Jan Krzysztof Bielecki neuer Regierungschef wurde, nachdem Tadeusz Mazowiecki im November 1991 offiziell seinen Rücktritt erklärt hatte. Obwohl Bielecki an der Ausarbeitung eines liberalen Rundfunkgesetzes persönlich beteiligt war, zeigte auch seine Administration kein großes Interesse, die ausgearbeiteten Vorschläge auf den Weg der Gesetzgebung zu bringen (vgl. Goban-Klas : 234). In den Amtsperioden der Nachfolger von Jan Krzysztof Bielecki gab es ebenfalls keine großen Fortschritte: Zunächst wurde Jan Olszewski nach den ersten wirklich freien und demokratischen Wahlen im Oktober 1991 polnischer Premier, Waldemar Pawlak trat dann im Juni 1992 das Amt an. Die Einflussnahme auf den Rundfunk war unter Pawlak sogar noch größer als bei seinen Vorgängern. Beispielsweise protestierte Pawlak vehement, als er in einem Bericht über die Feierlichkeiten zum Gedenken an einen Nationalhelden nicht gezeigt wurde, obwohl er an dieser Veranstaltung teilgenommen hat (vgl. Gebel 1993).

Wie eng die Beziehungen zwischen Politikern und Rundfunkvertretern waren, verdeutlicht folgendes Beispiel: Karol Malcuzyński, ein ehemaliger *BBC*-Journalist, wurde nach nur drei Monaten Dienst als Chefredakteur von *Wiadomości*, der Hauptnachrichtensendung des ersten Fernsehprogramms, entlassen. Er beklagte öffentlich, dass es für Staatspräsident Wałęsa und seine engen Mitarbeiter üblich gewesen sei, „sich direkt per Telefon in die Programminhalte einzumischen und die Personalpolitik beim Fernsehen zu

²⁷⁹ Unter der Regierung Mazowiecki war Andrzej Drawicz Vorsitzender des Rundfunkkomitees (24. August 1989 bis 7. Januar 1991), unter Jan Krzysztof Bielecki waren es Marian Terlecki (7. Januar 1991 bis 23. Oktober 1991) und Janusz Zaorski (23. Oktober 1991 bis 23. Mai 1992), unter Jan Olszewski waren es Janusz Zaorski und Zbigniew Romaszewski (23. Mai 1992 bis 5. Juni 1992), und schließlich unter Hanna Suchocka war es Janusz Zaorski (5. Juni 1992 bis 31. Dezember 1993).

bestimmen, nach dem Motto ‚Wer nicht für uns ist, ist gegen uns!‘“ (Gebel 1993). Wałęsas Einflussnahme auf das Fernsehen ist beinahe legendär. Der Staatspräsident ließ sich nur von einem speziellen, für ihn reservierten Fernsehteam filmen und setzte die Ausstrahlung ihm genehmer Beiträge in den Hauptnachrichten durch (vgl. Gebel 1993).

Gewissen Einfluss auf den Rundfunk hatte auch die katholische Kirche. Das bereits unter dem kommunistischen Regime abgeschlossene Abkommen zwischen dem Episkopat und dem Staat wurde in den ersten Jahren der Transformation weiter ausgeweitet. Das Radio- und Fernsehkomitee genehmigte beispielsweise allen unabhängigen Organisationen, die von katholischen Bischöfen benannt worden waren, den Betrieb von Rundfunksendern auf regionaler und lokaler Ebene. Dies führte zu einer rapiden Verbreitung katholischer Radiostationen. Seit 1989 waren außerdem unabhängige katholische Redaktionen innerhalb der staatlichen Radio- und Fernsehstationen eingerichtet worden. Weiterhin räumte das am 23. November 1990 verabschiedete Kommunikationsgesetz²⁸⁰, das ein gleichnamiges Gesetz aus dem Jahre 1984 ersetzte, der Kirche Privilegien bei der Zuteilung von Rundfunkfrequenzen ein. Als größter rundfunkpolitischer Erfolg der katholischen Kirche gilt allerdings ihr Einfluss auf die während der Regierung Suchocka wieder aufgenommenen Arbeiten an einem neuen Rundfunkgesetz. Sie setzte durch, dass Rundfunkbetreiber in Polen verpflichtet werden, das religiöse Empfinden der Zuhörer und Zuschauer zu achten und das christliche Wertesystem zu respektieren²⁸¹ (vgl. *Ustawa* 1992; Goban-Klas 1994 : 240).

1. 2. Der Reform-Stau birgt Eigendynamik: Die Pioniere und Piraten wollen nicht warten

Wenngleich sich die ersten Jahre nach 1989 durch einen strukturellen Reform-Stau bei der Etablierung einer neuen Rundfunkordnung auszeichneten, war der polnische Rundfunk-Sektor in dieser Periode durchaus von Dynamik geprägt. Obwohl die polnische Regierung Ende 1989 ein Frequenzmoratorium eingeführt hatte, um Wildwuchs im privaten Rundfunkbereich zu verhindern, wollten viele Organisationen, Institutionen und Privatpersonen nicht warten, bis sich die organisatorischen und legalen Parameter im Rundfunk-Sektor änderten: Sie begannen Anfang der neunziger Jahre – häufig auf brach liegenden Militärfrequenzen – als Piraten illegal zu senden und entwickelten sich teilweise zu wirklichen Alternativen zu den staatlichen Rundfunkmedien. Da die polnischen Behörden lange Zeit keine ernsthaften Versuche unternommen hatten, gegen diese illegal ausstrahlenden Sender vorzugehen, konnten sich bis Herbst 1992 55 Hörfunk- und 19 Fernsehpiraten etablieren. Aus dieser Perspektive betrachtet entstand der Sektor des privaten Rundfunks in Polen bereits vor der eigentlichen Rundfunkreform und vor der offiziellen Einführung einer dualen

²⁸⁰ Ustawa o Łączności (*Ustawa* 1990c).

²⁸¹ Dies ist in Artikel 18, Absatz 2 des neuen Rundfunkgesetzes festgelegt. Vgl. hierzu Abschnitt 1.4 in diesem Kapitel.

Rundfunkordnung (vgl. Jakubowicz 1999 : 170; Kleinwächter 1992 : 13; Sobczak 1999 : 113; Sabbat-Swidlicka 1992 : 51).

Der politische Wechsel im Herbst 1989 hatte – vergleichbar mit dem Enthusiasmus im Presse-Sektor – fast unmittelbar einen regelrechten Boom neuer Radiosender ausgelöst. Später kamen auch Fernsehsender hinzu. Mit oder ohne finanzielle Unterstützung von außen schossen sublokale, lokale oder regionale Radiosender wie Pilze aus dem Boden. Wie bereits erwähnt, arbeiteten die allermeisten als Piratensender ohne jegliche legale Grundlage, denn nur einer kleinen Anzahl privater Radiosender und nur einem lokalen Fernsehsender war es gelungen, Anfang 1990 eine Lizenz zu erhalten, um in einer Versuchs-Periode Sendungen auszustrahlen. Zu den Pionieren des privaten Radio-Sektors zählten *Radio Fun*, das in Krakau ins Leben gerufen wurde, sowie *Radio Solidarność* und *Radio Zet* in Warschau. Alle drei Sender stießen bei den Hörern und Hörerinnen in den Städten und Regionen, in denen sie empfangen werden konnten, auf sehr großes Interesse und entwickelten sich zu ernsthaften Konkurrenten für das staatliche Polnische Radio. In den entsprechenden Gebieten erreichten sie bis zu 34 Prozent aller Hörer (vgl. Goban-Klas 1994 : 226; Mielczarek 1998 : 145ff.; Dobek-Ostrowska 1997 : 85). „Their new, more dynamic, independent style makes them popular, especially with the younger set.“ (Goban-Klas 1994 : 226)

Radio Solidarność, das während des Kriegszustandes im Jahre 1982 entstanden war, tauchte aus dem Untergrund auf und begann offen zu operieren, nachdem die erste *Solidarność*-Regierung unter Tadeusz Mazowiecki gebildet worden war. Im Juni 1990 nahm es offiziell seinen Betrieb auf. Obwohl es kein neues Telekommunikationsgesetz gab, genehmigten die Behörden eine vorläufige Sendelizenz und gaben eine Ukw-Frequenz für *Radio Solidarność* frei. Ab September 1990 war *Radio Solidarność* legal auf Sendung. Um den Betrieb zu finanzieren, wurden Sponsoren gesucht und schließlich in Großbritannien gefunden. Radio Trust, ein Investment Fund, der in kommerzielle Radiosender investierte, stellte für die ersten zwei Jahre 240.000 £ zur Verfügung. Recht bald und für die Betreiber unerwartet war *Radio Solidarność* in der Lage, sich eigenständig zu finanzieren. Das Programmformat, bestehend aus 25 Prozent Wort und 75 Prozent (Pop)-Musik, erreichte bis zu 1,5 Millionen Hörer und Hörerinnen in der Warschauer Region. Das wiederum führte dazu, dass *Radio Solidarność* über vierzig Werbekunden²⁸² gewinnen konnte, die regelmäßig Werbespots buchten (vgl. Goban-Klas 1994 : 226f.; *Katalog* 2000 : 376).

Zum ernsthaften Konkurrenten von *Radio Solidarność* entwickelte sich im Laufe der Zeit *Radio Zet*. Finanziell unterstützt wurde *Radio Zet* von *Radio France Internationale* und der neu gegründeten Tageszeitung *Gazeta Wyborcza*. *Radio Zet* ging ebenfalls im Jahr 1990 auf Sendung. Innerhalb von vier Monaten avancierte es zum populärsten Radiosender in der Warschauer Region und erreichte die meisten Hörer und Hörerinnen. Zur dritten populären Alternative zum staatlichen Radioprogramm entwickelte sich der in Krakau ansässige Sender *Radio Malopolska Fun*, der später in *Radio RMF/Radio, Muzyka, Fakten* (Radio, Musik, Tatsachen) umbenannt wurde. Ins Leben gerufen wurde *Radio Fun* Anfang 1990 von der neu

²⁸² Dabei handelte es sich um Versicherungsunternehmen, Reiseagenturen, Hotels, Geschäfte etc.

gegründeten Krakauer Stiftung für Soziale Kommunikation²⁸³, die sich mit großem Engagement für mehr Pluralismus in den Medien einsetzte. Finanzielle Unterstützung erhielt dieser Sender von einer Gruppe polnischer Bürger, die nach Frankreich emigriert waren, und von dem Pariser Sender *Radio Fun*. Mit Hilfe vieler einflussreicher Unterstützer bekam *Radio Fun* eine vorläufige Sendelizenz. Zunächst durfte *Radio Fun* nur in Französisch senden. Dabei handelte es sich um eine Wiederholungen von Sendungen des in Paris ansässigen Netzwerks. Erst nach einem Jahr durfte *Radio Fun* eigenständige Programme in Polnisch senden. Das Programm bestand aus Musik, einer stündlichen Nachrichtensendung sowie englischen *BBC*- und *Voice-of-America*-Beiträgen. Ebenso wie die beiden Sender in Warschau konnte *Radio Fun* in der Krakauer Region schnell sowohl viele Hörer und Hörerinnen als auch Werbekunden gewinnen und dadurch seine finanzielle Unabhängigkeit sichern (vgl. Goban-Klas 1994 : 227; Mielczarek 1998 : 145ff.; Jędrzejewski 1999 : 148). Neben diesen drei großen nicht staatlichen Sendern entstanden nach 1989 viele Dutzende kleine und sehr kleine Sender. Teilweise handelte es sich um Ein-Mann-Initiativen, so wie es beispielsweise bei *Radio Alex* in Zakopane der Fall war (vgl. Jędrzejewski 1999 : 148). Wie vorhin bereits erwähnt, operierten die meisten dieser Sender illegal, ohne entsprechende Genehmigungen. „They were, therefore, called ‚pirate‘ stations, although they called themselves ‚pioneer‘ broadcasters.“ (Goban-Klas 1994 : 228)

Im Oktober 1991 ordnete das polnische Ministerium für Telekommunikation an, dass alle ohne Genehmigung operierenden Sender ihren Betrieb einstellen müssten. Als einzige legal agierende nicht staatliche Radiosender verblieben *Radio Solidarność*, *Radio Zet*, *Radio Fun* sowie die lokalen katholischen Radiosender. Einige Piratensender beugten sich dem Verbot, andere nicht. Der lokale Sender *Radio Delta* in Bielsko-Biała wendete sich beispielsweise an die Beschwerdekommision des Senates und bekam von diesem Gremium sogar Unterstützung. Die andauernden Auseinandersetzungen mit dem Ministerium für Telekommunikation führten zur Gründung einer Vereinigung Regionaler Radios mit über sechzig Mitgliedern sowie zur Gründung der Stiftung zur Unterstützung des privaten Radios und Fernsehens. Die letztgenannte Organisation versammelte zehn Mitglieds-Sender, die zusammengenommen fünf Millionen Polen erreichen konnten (vgl. Mikos 1992; Goban-Klas 1994 : 228;).

Zu den Pionieren im Radio-Sektor gehörten auch katholische Radiosender. Auf der Grundlage des Gesetzes über die Beziehungen des Staates zur katholischen Kirche in der Volksrepublik Polen vom 17. Mai 1990 erteilte der Telekommunikationsminister in den Jahren 1991 bis 1993 59 katholischen Radiosendern die Genehmigung, ihre Programme auf 62 Frequenzen ausstrahlen zu dürfen. Auf diese Weise entstanden damals 31 Stationen des Senders *Radio Maryja*, 24 Diözesansender, drei Pfarrbezirkssender sowie ein Sender der katholischen Stiftung (vgl. Wrzeszcz 1996 : 5).

Nicht nur Radiosender, sondern auch neue Fernsehsender begannen, sich ab 1991 auf dem polnischen Medienmarkt zu etablieren. Im Jahre 1993 existierten bereits 19 nicht staatliche lokale und regionale Fernsehsender, von denen nur ein einziger eine vorläufige Sendelizenz erhalten hatte: der Breslauer Kanal

²⁸³ Krakowska Fundacja Komunikacji Społecznej.

PTV ECHO. Zu einer wirklichen Alternative zu den Programmen des staatlichen Polnischen Fernsehens entwickelte sich im Laufe der Zeit das Fernseh-Netzwerk *Polonia 1* des italienischen Medienunternehmers Nicola Grauso. Es setzte sich aus 12 lokalen und regionalen Fernsehstationen – darunter *PTV ECHO* – zusammen, die sich ab März 1993 für den größten Teil ihrer Sendezeit zu einem Fernseh-Netzwerk zusammenschalteten. In dieser Zeit strahlten diese Sender ein Mantelprogramm aus, das sich aus eingekauften Programmen von *Reteitalia* (Berlusconi) zusammensetzte. Die Piratenstationen waren ursprünglich unabhängig voneinander. In seinem Bestreben, in Polen ein Fernseh-Netzwerk aufzubauen, das in den polnischen Ballungsräumen empfangbar sein sollte, hatte der italienische Medienunternehmer Grauso nach und nach bei jeder einzelnen der 12 Fernsehstationen ausreichend viele Gesellschafteranteile erworben. Sein Kalkül schien zunächst aufzugehen: Innerhalb kurzer Zeit erfreuten sich diese Stationen bei den Fernsehzuschauern großer Beliebtheit und waren auch auf dem Werbemarkt erfolgreich (vgl. Filas 1994 : 62; Goban-Klas 1994 : 228; Jakubowicz 1995 : 68; Jakubowicz 1999 : 170).

Für viele polnische Zuschauer und Zuschauerinnen stellte das unterhaltungsbetonte Programm von *Polonia 1*, das sich unter anderem durch viele südamerikanische Tele Novelas auszeichnete, eine willkommene Alternative zum Angebot des staatlichen Rundfunks (vgl. Dobek-Ostrowska 1997a : 84). Die Programme der staatlichen Sender boten Anfang der neunziger Jahre aufgrund notwendiger Sparmaßnahmen zunehmend Diskussionssendungen mit so genannten *talking heads* an, da solche Angebote wesentlich billiger herzustellen waren als Reportagen oder Dokumentationen. „Für diejenigen, die im Fernsehen vorwiegend Unterhaltung suchen, ist das Programm oft langweilig und zu wortlastig“, urteilte damals beispielsweise Tombiński (1990 : 342).

Im Jahre 1992 war die Lizenzierung privater Anbieter und eine umfassende Regelung des Rundfunkmarktes dringend notwendig geworden: Knapp 800 Bewerbungen um Sendelizenzen und Sendefrequenzen waren bis Anfang 1992 bei den Behörden eingegangen, konnten aber nicht bearbeitet werden, da entsprechende gesetzliche Grundlagen nicht vorhanden waren. Mit dem für Verkehr und Kommunikation zuständigen Ministerium gab es zwar eine Institution, die Frequenzen vergeben durfte, allerdings war diese Behörde nicht berechtigt, Sendegenehmigungen zu erteilen (vgl. Sabbat-Swidlicka 1992 : 51; Goban-Klas 1994 : 226ff.). Neben den privilegierten kirchlichen Radiostationen gab es deshalb nur einige wenige Radio- und Fernsehsender, die dank einstweiliger Genehmigungen, die aufgrund des legislativen Vakuums Anfang 1990 für kurze Zeit ausgestellt worden waren, legal auf Sendung waren.

1. 3. Die Rundfunk-Reform von 1992: Ein langer Weg zum Konsens

Rund dreieinhalb Jahre nach den ersten *halbfreien* Wahlen konnte im Dezember 1992 schließlich ein neues Rundfunkgesetz verabschiedet werden. Die Verabschiedung des Gesetzes war aus strategischen und

politischen Gründen immer wieder verzögert worden – unter anderem auch, weil die ersten polnischen Premierminister ihren Einfluss auf das staatliche Fernsehen nicht verlieren wollten. Erst unter Hanna Suchocka, deren Regierung sich einer ungewöhnlich hohen Popularität erfreute, einigten sich die legislativen Kräfte auf die längst überfällige Neuordnung des polnischen Rundfunksystems: Der staatliche Rundfunk wurde abgeschafft und eine duale Rundfunkordnung eingeführt. Durch das neue Gesetz konnten sich in Polen ein öffentlich-rechtlicher und ein privater Rundfunk etablieren (vgl. Dobek-Ostrowska 1997 : 83; Pitzer 1994 : 7).

Der Verabschiedung des neuen Rundfunkgesetzes im Dezember 1992 gingen langjährige Vorbereitungen voraus. Insgesamt sechs Alternativen wurden im Laufe der Zeit konzipiert und diskutiert, jedoch niemals verabschiedet, wobei das Konzept eines staatsfernen und unabhängigen Rundfunks in den politischen Debatten niemals ernsthaft in Erwägung gezogen worden ist.

Unmittelbar nach dem politischen Umbruch begann zunächst im Oktober 1989 die Rundfunk-Reformkommission unter Leitung des ersten nicht kommunistischen Vorsitzenden des Radio- und Fernsehkomitees, Andrzej Drawicz, die künftige Struktur des polnischen Rundfunks zu beraten. Als Diskussionsgrundlage diente unter anderem ein Gesetzentwurf, der ein Jahr zuvor auf Initiative der kommunistischen Machthaber vom Radio- und Fernsehkomitee vorbereitet worden war. Im Gegensatz zu diesem Entwurf, der naheliegenderweise das staatliche Rundfunkmonopol unangetastet ließ und lediglich kosmetische Änderungen vorsah, zielte die Reformkommission auf eine fundamentale Umgestaltung des polnischen Rundfunksystems nach marktwirtschaftlichen und demokratischen Prinzipien (vgl. Goban-Klas 1994 : 212f.). Das im Herbst 1989 von der Reformkommission mit viel Euphorie angestoßene Reformprojekt, das die polnische Rundfunkordnung innovativ zu verändern versuchte, verlor angesichts fortdauernder parlamentarischer Debatten zum Thema Fernsehen und aufgrund der Tatsache, dass die Regierung Mazowiecki nichts über das Knie brechen wollte und deshalb keine gezielte Ordnungspolitik für die Reform und weitere Entwicklung des Rundfunks verfolgte, zunehmend an Dynamik (vgl. Goban-Klas 1994 : 233).

Im Juli 1990 stellte Tadeusz Mazowiecki dem Sejm erstmals einen Gesetzentwurf der Rundfunk-Reformkommission zur Diskussion. Dieser Entwurf sah einen Nationalrat für Hörfunk und Fernsehen als eine zentrale rundfunkpolitische Institution vor. Der Sejm, der Senat, der Staatspräsident sowie der Vorsitzende des Ministerrates sollten jeweils zwei Mitglieder für den Nationalen Rundfunkrat nominieren dürfen. Der Nationale Rundfunkrat sollte über die Zulassung neuer privater Rundfunkanbieter entscheiden dürfen – allerdings nicht im Alleingang, sondern nur in Abstimmung mit dem Ministerium für Kunst und Kultur. Neue Rundfunkprogramme sollten von natürlichen oder juristischen Personen angeboten werden können, die ihren Hauptsitz in Polen hatten. Als Beteiligungshöchstgrenze für ausländische Investoren waren maximal 20 Prozent vorgesehen (vgl. Bielecki 1993 : 60f.).

Es gab mehrere Gegenentwürfe zu diesem von Mazowiecki präsentierten Regierungsvorschlag. Zum einem war bereits im April 1990 von 17 Abgeordneten des wirtschaftsliberalen Flügels der *Solidarność* ein Gesetzentwurf eingebracht worden. Dieser Vorschlag sah vor, dass ein Nationaler Rundfunkrat entstehen sollte, der sich aus neun so genannten *Residenten* zusammensetzen sollte. Jeweils drei sollten vom Staatspräsidenten, vom Präsidenten des Sejms und des Präsidenten des Senats nominiert werden. Alle zwei Jahre sollte ein Drittel der Mitglieder im Nationalen Rundfunkrat ausgetauscht werden. Das Konzept sah vor, dass das erste Programm des staatlichen Fernsehens – ähnlich wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk in den Niederlanden – von einer nationalen Stiftung getragen werden sollte. Das zweite Programm des Polnischen Fernsehens sollte von einer Gemeinschaftsstiftung der Städte, Gemeinden und Kreise organisiert und finanziert werden, die kommerzielle Agenturen zur Vermarktung der Werbezeiten hätte betreiben dürfen. Rundfunkanbieter konnten natürliche oder juristische Personen werden, die ihren Hauptwohnsitz in Polen hatten. Als maximaler Anteil ausländischen Kapitals an polnischen Hörfunk- und Fernsehsendern waren 49 Prozent vorgesehen (vgl. Bielecki 1993 : 62f.).

Einen dritten Entwurf eines neuen Rundfunkgesetzes stellten im Juni 1990 72 Abgeordnete vor, die verschiedene politische Lager repräsentierten. Diesem Entwurf zufolge sollte die Macht über Hörfunk und Fernsehen auf ein Organ, nämlich den Sejm, konzentriert werden. Das Radio- und Fernsehkomitee sollte diesem Entwurf zufolge als ein Gremium fungieren, das in enger Kooperation mit dem Sejm stand. Die Machtkonzentration auf den Sejm wurde in dem Entwurf damit begründet, dass der Zugang zur Information nicht dem guten Willen der Regierung überlassen werden sollte, da die Regierung nur eine Partei oder Koalition repräsentiere und deshalb die gesellschaftliche Pluralität nicht widerspiegele (vgl. Bielecki 1993 : 59).

Auf diese beiden Alternativ-Vorschläge reagierte die Administration von Tadeusz Mazowiecki mit einem überarbeiteten Regierungsentwurf, der am 26. Oktober 1990 präsentiert wurde. Es war ein Kompromissvorschlag, der manche Regelungen der ersten Fassung eher verkomplizierte. Beispielsweise sah dieser Vorschlag vor, dass am Lizenzvergabe-Verfahren für private Anbieter nunmehr drei verschiedene Organe beteiligt sein sollten: der Nationale Rundfunkrat, das Ministerium für Kunst und Kultur sowie das Telekommunikationsministerium. Zur parlamentarischen Auseinandersetzung über diese revidierte Vorlage kam es aber nicht, da Tadeusz Mazowiecki als Premierminister zurücktrat und sein Nachfolger, Jan Krzysztof Bielecki, diesen Regierungsvorschlag zurückzog. Dies war insofern konsequent, da Bielecki sowohl zum Kreis der 17 wirtschaftsliberalen als auch zum Kreis der anderen 72 Abgeordneten gehörte, deren Entwürfe nach wie vor zur Debatte standen (vgl. Bielecki 1993 : 66).

Es zeigte sich, dass weder der Gesetzesvorschlag der 17 wirtschaftsliberalen Parlamentarier noch der Entwurf der 72-köpfigen Abgeordnetengruppe mehrheitsfähig waren. Aus diesem Grunde kehrte das Gesetzesprojekt wieder zur Sejm-Kommission für Kultur und Massenmedien und der Sejm-Kommission für Gesetzgebung zurück. Das Ergebnis der erneuten Überarbeitungen wurde am 29. August 1991, über ein Jahr nach dem ersten Versuch einer legislativen Neuordnung des polnischen Rundfunksystems, im Sejm vorgestellt. Dieser Gesetzentwurf sah als zentrales staatliches Gremium für alle Angelegenheiten des

Rundfunks einen Nationalen Rundfunkrat vor. Dieser Rundfunkrat sollte sich aus neun ausgewiesenen Hörfunk- und Fernsehexperten zusammensetzen, von denen jeweils drei vom Senat, vom Sejm und vom Staatspräsidenten einberufen werden sollten. Um zumindest formal die persönliche Unabhängigkeit der jeweiligen Experten zu gewährleisten, sollten die Mitglieder des Nationalen Rundfunkrates laut diesem Konzept mit dem Beginn ihrer Amtszeit alle Posten und Ämter in politischen, gesellschaftlichen und religiösen Gruppierungen und Verbänden sowie in Institutionen der Gebietskörperschaften, respektive Rundfunkbetrieben, niederlegen müssen (vgl. Sabbat-Swidlicka 1992 : 50; Bielecki 1993 : 67).

Bei der Reform der staatlichen Rundfunkbetriebe orientierte sich dieser Gesetzesentwurf an dem Modell der 17 wirtschaftsliberalen Abgeordneten. Das erste Programm des bislang staatlichen Fernsehens sollte in eine staatliche Aktiengesellschaft namens Polnisches Fernsehen 1 (*Telewizja Polska 1*) umgewandelt werden. Die Regionalstudios sollten sich zu einer eigenständigen staatlichen Aktiengesellschaft unter dem Namen Gesellschaft des Regional-Fernsehens (*Spółka Telewizji Regionalnej*) zusammenschließen. Das zweite Programm des bis dahin staatlichen Fernsehens sollte ebenfalls in eine staatliche Aktiengesellschaft umgewandelt werden. Die staatlichen Hörfunksender sollten in 31 verschiedene nationale und regionale staatliche Aktiengesellschaften umgewandelt werden. Der Entwurf ließ offen, ob und in welchem Umfang diese Aktiengesellschaften privaten Investoren offen stehen würden. Auch die staatsrechtliche Positionierung des Nationalen Rundfunkrates blieb offen. Das Hauptproblem bestand darin, dass das neu zu schaffende Gremium befugt sein sollte, Verordnungen von Gesetzesrang zu erlassen, eine solche Legitimation aber gegen die damals gültige Verfassung verstieß (vgl. Bielecki 1993 : 67f.).

Es gelang nicht, diesen Gesetzesentwurf im Jahre 1991 zu verabschieden. Ein Grund hierfür war die politische Konstellation zu diesem Zeitpunkt: Der Senat wurde von Vertretern der *Solidarność* dominiert, im Sejm dominierten aber noch immer die Nachfolger der PVAP und der ehemaligen Blockparteien – dazwischen befand sich der Gesetzesentwurf, der von beiden Seiten aufgerieben wurde. Am 3. Oktober 1991 beschloss der Senat eine Ergänzung des Rundfunkgesetzes, das die Rundfunkveranstalter, insbesondere das öffentlich-rechtliche Fernsehen, dazu verpflichten sollte, christliche Moralvorstellungen zu beachten. Diese Ergänzung wollte die ex-kommunistische Mehrheit im Sejm – erwartungsgemäß – nicht akzeptieren. Sie verweigerte dem derart modifizierten Gesetzesentwurf ihre Zustimmung (vgl. Bielecki 1993 : 71; Goban-Klas 1994 : 245). Um vor den unmittelbar bevorstehenden Parlamentswahlen am 27. Oktober 1991 doch noch einen mehrheitsfähigen Kompromiss präsentieren zu können und auch um die Erwartungen der zu Untätigkeit verdammt 800 Bewerber um Rundfunklizenzen zu erfüllen, legten am 16. Oktober 1991 29 Parlamentarier einen neuen, mittlerweile den sechsten Gesetzesentwurf vor, der sich von seinen Vorläufern nur dadurch unterschied, dass die Abschnitte über das christliche Wertesystem und auch andere strittige Passagen gestrichen waren. Nachdem der Senat am 23. Oktober 1991 sein Veto gegen diese Version eingelegt hatte, überstimmte der Sejm in der letzten Sitzung der Legislaturperiode zwei Tage später den Senat mit einer Zwei-Drittel-Mehrheit und ließ das Rundfunkgesetz in dieser Fassung passieren (vgl. Sabbat-Swidlicka 1992 : 50; Bielecki 1993 : 72; Goban-Klas 1994 : 244).

In Kraft ist diese Fassung eines neuen Rundfunkgesetzes dennoch niemals getreten. „Immediately, the law was to be widely criticised as being too imperfect and narrow. The president [Lech Wałęsa – K. H.] was, therefore, advised not to sign it, and he did not.“ (Goban-Klas 1994 : 245) Nachdem durch den Sieg der *Solidarność* bei den Sejm-Wahlen im Oktober 1991 eine prinzipielle politische Homogenität zwischen den drei am Gesetzgebungsverfahren beteiligten Organen Sejm, Senat und Staatspräsident hergestellt war, konnte die für die Legitimation des Nationalen Rundfunkrates erforderliche Verfassungsänderung vorgenommen werden und das neue Rundfunkgesetz – einschließlich der umstrittenen Passagen zum christlichen Wertesystem – bis Ende 1992 endgültig verabschiedet werden.

Ein besonders umstrittener Aspekt, der die Verabschiedung des neuen Rundfunkgesetzes erheblich verzögerte, war der künftige Status des staatlichen Fernsehens. Bei einer Gruppe der Sejm-Abgeordneten war einerseits ein historisch begründetes Misstrauen gegenüber einem Rundfunkmodell, das eine direkte politische und ökonomische Intervention eines Staatsorgans ermöglichen könnte, verbreitet. Andererseits wollten auch die neu an die Macht gekommenen und mit der *Solidarność* verbundenen Politiker den Staatsrundfunk nicht den Kräften des freien Marktes überlassen. „Bekämpfte man aus der Oppositionsrolle heraus die Instrumentalisierung des Fernsehens und beklagte schönfärberische und unkritische Berichterstattung, so sieht man die Situation offensichtlich anders, sitzt man plötzlich selbst an den Schalthebeln der Macht.“ (Kleinwächter 1994a : 54). Letztendlich hat sich die polnische Polit-Elite gegen eine komplette Privatisierung und Deregulierung des Rundfunkmarktes nach US-amerikanischem Vorbild entschieden und ein Rundfunkkonzept gewählt, das sich stark an dem französischen Modell mit dem zentralen Rundfunkkontrollorgan *Conseil Superior d’Audiovisuel* orientiert.

1. 4. Das Rundfunkgesetz vom 29. Dezember 1992

Das neue polnische Rundfunkgesetz vom 29. Dezember 1992 besteht aus 71 Artikeln, die in insgesamt neun Kapitel untergliedert sind. Den Allgemeinen Vorschriften (*Przepisy Ogólne*) folgt ein Kapitel über den Nationalen Rundfunkrat (*Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji*). Danach schließen sich die Kapitel Radio- und Fernsehprogramme (*Programy Radiowe i Telewizyjne*) sowie Öffentlich-rechtlicher Hörfunk und Öffentlich-rechtliches Fernsehen (*Publiczna Radiofonia i Telewizja*) an. Das fünfte Kapitel widmet sich Konzessionen zur Programmverbreitung (*Koncesje na Rozpowszechnianie Programów*), das sechste dem Vertrieb von Programmen in Kabelnetzen (*Rozprowadzanie Programów w Sieciach Kablowych*). Das siebte Kapitel behandelt Rundfunkgebühren (*Oplaty Abonamentowe*), das achte Regelungen zur rechtlichen Verantwortung (*Odpowiedzialność Prawna*), das abschließende neunte Kapitel ist den Änderungen der geltenden Vorschriften, Übergangsvorschriften sowie Schlussbestimmungen gewidmet (*Zmiany w Przepisach Obowiązujących, Przepisy Przejściowe i Końcowe*). Das Rundfunkgesetz, das im Folgenden

ausführlicher dargestellt wird, wurde am 30. März und am 29. Juni 1995 ergänzt (vgl. *Ustawa* 1992; Mielczarek 1998 : 307ff.):

Kapitel 1: Allgemeine Vorschriften

Der erste Artikel des Rundfunkgesetzes nennt fünf Aufgaben, die der Hörfunk und das Fernsehen zu erfüllen haben. Dazu zählen:

1. Informationen zu vermitteln
2. kulturelle und künstlerische Leistungen dem Publikum zugänglich zu machen
3. die Nutzung von Bildungsangeboten und wissenschaftlichen Erkenntnissen zu erleichtern (hierbei insbesondere staatsbürgerkundebezogenes Wissen zu verbreiten)
4. Unterhaltung zu bieten
5. die nationalen audiovisuellen Leistungen zu fördern.

Während die ersten vier Aufgaben ideeller Natur sind und sich als elementare Funktionen von Medien in demokratischen Gesellschaften herleiten lassen, wirkt die fünfte Aufgabe ungewöhnlich, da sie unmittelbar eine kulturelle und protektionistische Zielsetzung vermuten lässt. Auch mag diese Formulierung auf gesetzlich verankerte industriepolitische Interessen hinweisen, in dem sie Rundfunkveranstalter als Auftraggeber der heimischen Programmproduktion in die Pflicht nimmt und dadurch die Branche der Produzenten gesetzlich schützt.

Laut Artikel 2 ist das Rundfunkgesetz nicht anzuwenden bei Programmen, die erstens ausschließlich innerhalb eines einzigen Gebäudes ausgestrahlt werden, was beispielsweise beim Krankenhausfunk der Fall wäre, zweitens bei Programmen, die von einem Unternehmen oder einer öffentlich-rechtlichen Institution ausschließlich zum Zwecke der Information beziehungsweise Schulung der Mitarbeiter gesendet werden, sowie drittens bei Programmen, die in einem Kabelnetz mit weniger als 250 angeschlossenen Empfängern verbreitet werden. Mit dieser letzten Ausnahme trägt das Gesetz der spezifischen polnischen Entstehungsgeschichte des Kabelnetzes Rechnung. In der ersten Aufbauphase der Kabelnetze in Polen waren es nicht kommerzielle Unternehmen, sondern vor allem Mieterkollektive, die sich gemeinsam leistungsfähige Satellitenanlagen anschafften, Leitungen von jeder Wohnung zu dieser Anlage zogen und so ein Kabelnetz zum Eigenbedarf errichteten, um auf diese Weise westliche Programme sehen zu können (vgl. Sadowska 1997 : 66f). Wenn das Rundfunkgesetz auf Mietergemeinschaften ausgedehnt worden wäre, hätte dies die zumeist unorganisierten und finanzschwachen Mieterkollektive vermutlich die Existenz gekostet. Der Grund: Das Kapitel 6 des Rundfunkgesetzes verpflichtet jeden Kabelnetzbetreiber, beim Vorsitzenden des Nationalen Rundfunkrates kostenpflichtig registrieren zu lassen, welche Programme im Netz verbreitet werden. Derart offiziell erfasst, wäre es für Mieterkollektive unmöglich, sich den damit verbundenen urheberrechtlichen Verpflichtungen zu entziehen. Dem seit Mai 1994 geltenden Urheberrechtsgesetz zufolge müssen Kabelnetzbetreiber Gebühren an alle Satellitensender entrichten, deren Programme sie verbreiten (vgl. *Poland* 1996d : 54).

Im Artikel 4 des ersten Kapitels definiert der Gesetzgeber den Geltungsbereich des Rundfunkgesetzes sowie wichtige Schlüsselbegriffe des Rundfunks. Darunter: Veranstalter, Sendung, Werbung, Verbreitung, Programm, Empfänger, Sponsoring, Teletext, Werbesendungen und Schleichwerbung. Im Artikel 4.1a findet sich darüber hinaus ein besonderer Passus: die Definition eines *gesellschaftlichen* Veranstalters. Diesen Status erhalten Veranstalter, deren Programme folgende Voraussetzungen erfüllen:

1. sie dienen der Erziehung und Bildung oder karitativen Zwecken, sie beachten das christliche Wertesystem auf der Grundlage allgemeiner ethischer Werte und tragen zur nationalen Identität bei
2. sie gefährden nicht die physische oder psychische Entwicklung von Kindern und Jugendlichen
3. es werden keine Werbung, Werbesendungen oder gesponserte Programme ausgestrahlt
4. es werden keinerlei Gebühren erhoben.

Kapitel 2: Der Nationalrat für Hörfunk und Fernsehen

Mit der Berufung des Nationalrates für Hörfunk und Fernsehen als zuständigem Staatsorgan für den gesamten Rundfunkbereich beginnt das zweite Kapitel des Rundfunkgesetzes. In den Artikeln 5 bis 12 werden die Kompetenzen des Rates, die Besetzung sowie die innere Verfassung des Gremiums beschrieben. Als vom Rat primär zu wahrende Rechtsgüter nennt Artikel 6, Absatz 1 die Freiheit des Wortes in Hörfunk und Fernsehen, die Autonomie der Veranstalter, die Interessen der Rezipienten sowie den offenen und pluralistischen Charakter von Hörfunk und Fernsehen. Der zweite Absatz zählt zehn prinzipielle Zuständigkeiten und Aufgaben des Rates auf. Demnach soll das Gremium:

1. in Absprache mit dem Vorsitzenden des Ministerrats die Richtlinien für die staatliche Rundfunkpolitik bestimmen
2. Bedingungen für den Betrieb von Sendern festlegen
3. Konzessionen für die Ausstrahlung von Rundfunkprogrammen vergeben
4. Rechtsaufsicht über Programmveranstalter üben
5. Studien zu Programminhalten und Rezipientenverhalten betreiben
6. Rundfunkgebühren, Gebühren für die Konzessionsvergabe und für die Registrierung von Kabelnetzbetreibern festlegen und erheben
7. an der Erarbeitung von rundfunkrelevanten Gesetzen und internationalen Abkommen mitwirken
8. den technischen Fortschritt und die Ausbildung im Rundfunk-Sektor fördern
9. die internationale Zusammenarbeit organisieren
10. mit den auf dem Gebiet des Schutzes von Urheber- und Informationsrechten tätigen Organisationen und Institutionen zusammenarbeiten.

In der ursprünglichen Fassung von 1992 legte Artikel 7 fest, dass der Vorsitzende des Rundfunkrates vom polnischen Staatspräsidenten berufen wird. In der im März 1995 vom Sejm verabschiedeten und seit Dezember 1995 geltenden ergänzten Fassung des Rundfunkgesetzes bestimmt Artikel 7, dass der Rat seinen Vorsitzenden und auf dessen Vorschlag auch dessen Stellvertreter wählt. Die Abwahl des Vorsitzenden erfordert eine Zwei-Drittel-Mehrheit, also ein entsprechendes Votum von sechs der insgesamt neun

Mitglieder des Gremiums. Der Artikel 7 bestimmt zudem, von welchen Institutionen die Mitglieder des Nationalen Rundfunkrates nominiert werden: vier vom Sejm, drei vom Staatspräsidenten, zwei vom Senat. Die Amtszeit der Mitglieder im Nationalen Rundfunkrat beträgt sechs Jahre, wobei alle zwei Jahre ein Drittel der Mitglieder den Rat verlassen muss, so dass nach sechs Jahren das Gremium komplett neu besetzt ist. Eine Wiederwahl für eine vollständige zweite Amtszeit schließt Artikel 7, Absatz 5 nicht aus. Zur Abberufung eines Ratsmitglieds, einer bis zum Jahre 1995 unregelmäßig und daher willkürlich praktizierten Maßnahme, ist die entsendende Institution lediglich dann berechtigt, wenn das Mitglied auf sein Amt verzichtet, wenn es dauerhaft erkrankt und daher seine Aufgaben nicht mehr erfüllen kann, wenn es durch ein rechtskräftiges Urteil eines vorsätzlichen Vergehens für schuldig befunden worden ist oder wenn es gegen eine vom Verfassungsgericht gesetzte Norm verstoßen hat.

Artikel 8 verpflichtet jedes Mitglied des Nationalen Rundfunkrates, für die Dauer des Amtes jegliche Mitgliedschaft in Parteien, Verbänden, Gewerkschafts- oder Arbeitgeberverbänden, kirchlichen Organisationen und Glaubensgemeinschaften niederzulegen. Auch Kapitalbeteiligungen, Beschäftigungsverhältnisse und andere Beziehungen oder Funktionen und Ämter in Rundfunkunternehmen sind mit der Ratsmitgliedschaft unvereinbar. In Artikel 9 wird explizit erwähnt, dass der Nationale Rundfunkrat berechtigt ist, Verordnungen und Beschlüsse mit gesetzesähnlicher Verbindlichkeit zu erlassen. Der Artikel 10 befasst sich ausschließlich mit den Rechten und Pflichten des Vorsitzenden. Der Vorsitzende des Nationalen Rundfunkrates repräsentiert das Gremium und erfüllt die ihm auferlegten Pflichten. Er hat das Recht, Auskünfte von Rundfunkveranstaltern einzufordern und im Falle eines Verstoßes gegen die Normen des Rundfunkgesetzes oder der Verordnungen des Rates Geldbußen aufzuerlegen und im äußersten Fall sogar Lizenzen zu entziehen. Gemäß Artikel 11 werden alle neun Ratsmitglieder und ihre Mitarbeiter (Behörde des Nationalen Rundfunkrates) als Staatsbedienstete aus dem Staatshaushalt bezahlt.

Rechenschaftspflichtig ist der Nationale Rundfunkrat gemäß Artikel 12 gegenüber dem Sejm, dem Senat und dem Staatspräsidenten, denen er alljährlich jeweils bis Ende März einen Bericht über die eigene Tätigkeit einschließlich einer Bestandsaufnahme des polnischen Rundfunks vorlegen muss. Lehnen beide Parlamentskammern diesen Rechenschaftsbericht ab, wird der Rat innerhalb von 14 Tagen aufgelöst, sofern der Staatspräsident die Ablehnung bestätigt.

Der polnische Gesetzgeber hat mit der Entscheidung, eine einzige Institution zum zuständigen Organ für Rundfunkangelegenheiten zu machen, ein hybrides rechtliches Wesen geschaffen, das entgegen den Prinzipien der Gewaltenteilung berechtigt ist, Recht in Form von Verordnungen und Beschlüssen festzulegen, gemäß dieser Normen zu handeln, ihre Einhaltung zu überwachen und zudem auch noch zu ahnden. Die Kompetenz- und Machtfülle des neu geschaffenen Nationalen Rundfunkrates ist enorm.

Kapitel 3: Hörfunk- und Fernsehprogramme

Die Artikel 13 bis 20, die zusammen das dritte Kapitel bilden, beschreiben allgemeine, sowohl für öffentlich-rechtliche als auch für private Betreiber verbindliche Bedingungen der Programmgestaltung. Gemäß Artikel 13 ist jeder Veranstalter im Rahmen der in Artikel 1, Absatz 1 genannten Verpflichtungen von

Rundfunksendern in seinem Handeln grundsätzlich unabhängig und für die ausgestrahlten Inhalte direkt verantwortlich. Weiter eingeschränkt werden darf diese prinzipielle Autonomie laut Artikel 14, Absatz 1 ausschließlich durch Entscheidungen auf gesetzlicher Grundlage. Sendungen, die nicht vom Veranstalter selbst stammen, beispielsweise Werbung, Dauerwerbesendungen oder Wahlwerbespots, sind gemäß Artikel 14, Absatz 2 deutlich vom laufenden Programm zu trennen und kenntlich zu machen.

Was in Artikel 1, Absatz 1, Punkt 5 schemenhaft als Pflicht zur Förderung der nationalen audiovisuellen Leistungen bezeichnet wird, wird in der ergänzten Fassung von 1995 im Artikel 15, Absatz 1 konkretisiert. Mindestens 30 Prozent der jährlichen Sendezeit müssen aus Programmelementen bestehen, die im Inland produziert worden sind. Ob die Produktion beim Sender selbst oder bei einer von ihm beauftragten Produktionsfirma erfolgt, spielt hierbei keine Rolle. In die 30-Prozent-Berechnung nicht einfließen dürfen Sportübertragungen, Werbung, Videotext, Gameshows und Radiowettbewerbe. Im Artikel 15, Absatz 3 wird der Nationale Rundfunkrat ausdrücklich ermächtigt, im Einzelfall eine höhere Quote festzulegen.²⁸⁴ Zur Förderung freier Produktionsfirmen schreibt Artikel 15, Absatz 2 vor, dass mindestens zehn Prozent der Jahres-Sendezeit Auftragsproduktionen sein müssen, die von unabhängigen polnischen Produzenten hergestellt wurden²⁸⁵.

Mit konventioneller Spot-Werbung und Sponsoring im polnischen Fernsehen befassen sich die Artikel 16 und 17. Mit Ausnahme von Unterbrecher-Werbung, die ein Privileg privater Anbieter ist, gilt für alle Veranstalter gleichermaßen, dass sie nicht mehr als 15 Prozent der Sendezeit eines Tages und nicht mehr als 12 Minuten in einer Stunde mit Werbung füllen dürfen. Laut Artikel 17 müssen gesponserte Sendungen deutlich als solche gekennzeichnet werden.²⁸⁶

Die übrigen drei Artikel des dritten Kapitels beschreiben die Pflichten der Sender und die Rechte der Rezipienten. Beispielsweise findet sich unter anderem in Artikel 18, Absatz 2 die – umstrittene und oftmals kritisierte – Verpflichtung, das religiöse Empfinden der Rezipienten zu achten und das christliche Wertesystem zu respektieren. Artikel 18, Absatz 3 verpflichtet Rundfunkveranstalter, zwischen 6 und 23 Uhr nichts auszustrahlen, was geeignet wäre, die physische oder psychische Entwicklung von Kindern und

²⁸⁴ Die Mitglieder des Nationalen Rundfunkrates haben bedacht, dass es für Rundfunkbetreiber nicht schwierig sein würde, diese Quote zum Schutze der heimischen TV-Industrie und der polnischen TV-Kultur ad absurdum zu führen, indem sie beispielsweise das gesamte Nachtprogramm mit heimischen Produktionen und die Hauptsendezeit mit ausländischen Produktionen bestreiten. Damit der kulturpolitische Geist der Quote tatsächlich zur Geltung kommt und polnische Produktionen auch in der Prime Time gezeigt werden, wurde in einer Verordnung des Nationalen Rundfunkrates vom 22. September 1993 mit § 5.1 ein Anreiz dazu geschaffen. Demnach ist die Ausstrahlung einer polnischen Produktion in der Zeit zwischen 19 und 23 Uhr nicht mit ihrer tatsächlichen Dauer auf dem Zeitkonto anzurechnen, sondern mit einer um 50 Prozent höheren Dauer. Für den Fall, dass ein Sender die Quoten-Auflage nicht erfüllt, sieht die Verordnung als Strafe ein Bußgeld in Höhe von mindestens 50 Prozent der Jahresgebühr, die für die Nutzung der Rundfunkfrequenzen zu entrichten ist, vor. Im Extremfall droht Lizenzentzug (vgl. Sobczak 1999 : 120 ff.; Matlak 1993 : 9f.).

²⁸⁵ Im Rahmen der Vorbereitungen Polens auf den Beitritt zur Europäischen Union hat der Nationale Rundfunkrat Ende November 1997 auf der Grundlage von Artikel 15, Absatz 3 neue Programmanforderungen erlassen. Seit dem 1. Januar 1999 gilt als neue verbindliche Richtgröße der Anteil der Produktionen aus den Ländern der EU, einschließlich Polen. Für Sender mit einer Reichweite von mehr als drei Millionen Einwohnern berechnet sich die neue Quote aus der alten zuzüglich 10 Prozent, für kleine Stationen gilt, ein Minimum von 50 Prozent zu erfüllen (vgl. Piątek 1998a : 3; Bielecki 1997).

²⁸⁶ In Verordnungen des Nationalen Rundfunkrates ist festgehalten, dass folgende Sendungen nicht gesponsert werden dürfen: Informationssendungen, gesellschaftlich-politische publizistische Sendungen, Verbraucherservice-Sendungen, Wahlspots und Wahl-Sendungen sowie religiöse Sendungen (vgl. Sobczak 1999 : 45).

Jugendlichen zu gefährden. Artikel 19 verweist in allen Fragen der redaktionellen Bearbeitung von TV-Sendungen auf die Normen des Presserechts. Artikel 20 schließlich enthält Bestimmungen zum Archivieren und Dokumentieren der ausgestrahlten Inhalte und räumt in den Absätzen 2 und 3 jedem Zuschauer, der sich durch eine Sendung in seinen Rechten verletzt glaubt, das Recht ein, sich vom Sender auf dessen Kosten ein Manuskript zusenden zu lassen.

Kapitel 4: Öffentlich-rechtlicher Hörfunk und öffentlich-rechtliches Fernsehen

Von den allgemeinen Aufgaben der öffentlich-rechtlichen Rundfunksender über Grundsätze der Betriebsorganisation bis hin zu der Struktur der entscheidenden Gremien reichen die Regelungen des vierten Kapitels, das sich vom Artikel 21 bis zum Artikel 32 erstreckt.

Der Artikel 21, Absatz 1 bestimmt sieben elementare Aufgaben, die der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Polen zu erledigen hat:

1. Herstellung und Verbreitung nationaler und regionaler Hörfunk- und Fernsehprogramme
2. Aufbau und Betrieb von Sende- und Verstärkeranlagen
3. Verbreitung von Videotext
4. Anwendung neuer audiovisueller Produktions- und Distributionstechnologien
5. Herstellung von und der Handel mit Gütern und Dienstleistungen der Rundfunkbranche
6. Förderung einschlägiger künstlerischer, literarischer und wissenschaftlicher Leistungen und Bildung
7. Ausstrahlung von Bildungsprogrammen für Polen im In- und Ausland.

Artikel 21, Absatz 2 beschreibt einen Katalog von neun Pflichten, die sich aus dem Gefüge der staatlichen Grundsätze für Radio und Fernsehen ergeben. Demnach sollen die Programme des öffentlich-rechtlichen Hörfunks und Fernsehens:

1. mit dem Wort verantwortungsbewusst umgehen und das Ansehen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wahren
2. die Vielfalt des Lebens diesseits und jenseits der Staatsgrenzen redlich darstellen
3. zur freien Meinungsbildung des Einzelnen und der Gesellschaft beitragen
4. den Bürgern eine Beteiligung am öffentlich-rechtlichen Leben ermöglichen und zwar durch die Präsentation verschiedener Meinungen und Standpunkte sowie durch die Wahrnehmung des Rechts zur Kontrolle und gesellschaftlicher Kritik
5. der Entwicklung von Kultur, Bildung, Wissenschaft – insbesondere im Hinblick auf die polnische Geisteswelt und Kunst – dienen
6. das christliche Wertesystem respektieren und universelle ethische Grundsätze zugrunde legen
7. der Stärkung der Familie und der Gestaltung gesunder Lebensverhältnisse dienen
8. gegen gesellschaftliche Missstände eintreten
9. die Bedürfnisse von Minderheiten und ethnischen Gruppen berücksichtigen.

Auffallend hierbei ist, dass der polnische öffentlich-rechtliche Rundfunk erneut explizit als Medium, Mäzen und Hüter nationaler Kultur verstanden sowie auf das christliche Wertesystem²⁸⁷ verpflichtet wird.

Die Rechte und Pflichten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gegenüber den höchsten Staatsorganen sind in Artikel 22 niedergelegt. Danach dürfen höchste Staatsorgane nur auf der Grundlage einschlägiger Gesetze auf den Hörfunk und das Fernsehen Einfluss nehmen, der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist wiederum verpflichtet, den Institutionen des Staates die Gelegenheit zu geben, die staatliche Politik direkt darzustellen und zu erläutern²⁸⁸. Ähnliches gilt gemäß Artikel 23 für die nationalen Dachverbände der Arbeitgeber und Arbeitnehmer sowie für politische Parteien, die darüber hinaus nach Maßgabe von Artikel 24 im Wahlkampf Anspruch auf die Ausstrahlung von Wahlwerbespots haben.

Der besondere pädagogische Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Polen und die separate Finanzierung der Produktion entsprechender Bildungssendungen aus den Budgets der zuständigen Ministerien sind in Artikel 25 festgeschrieben.

Mit dem Hörfunk und Fernsehen als wirtschaftliche Einheiten unter Kontrolle diverser Gremien beschäftigen sich die Artikel 26 bis 32. Gemäß Artikel 26 wurde das bis 1993 sich unmittelbar im Staatsbesitz befindende Polnische Radio in die öffentlich-rechtliche Anstalt *Radio Polskie – Spółka Akcyjna* (Polnisches Radio AG) umgewandelt. Das staatliche Polnische Fernsehen wurde in die öffentlich-rechtliche Anstalt *Telewizja Polska – Spółka Akcyjna* (Polnisches Fernsehen AG) überführt. Sowohl der öffentlich-rechtliche Hörfunk als auch das öffentlich-rechtliche Fernsehen firmieren in der Rechtsform einer Aktiengesellschaft mit dem Staat als alleinigem Inhaber aller Anteile. Unternehmenszweck des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist beim Hörfunk die Herstellung und Verbreitung von Programmen für Hörer im In- und Ausland. Beim Fernsehen ist es die Herstellung und Verbreitung der beiden nationalen Programme *TVPI* und *TVP2*, des an Polen im Ausland gerichteten Satelliten-Programms *TV Polonia* und diverser Regionalprogramme. Im gleichen Artikel legt der Gesetzgeber fest, dass der Nationale Rundfunkrat in Absprache mit dem zuständigen Minister für Telekommunikation dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk notwendige landesweite und regionale Frequenzen zuteilt. Artikel 26 besagt weiterhin, dass die Aktiengesellschaften an die Vorschriften des Handelsrechts gebunden sind. Ferner gestattet Artikel 32 dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, nach Absprache mit dem Nationalen Rundfunkrat Tochterunternehmen zu gründen.

²⁸⁷ Polnische Bischöfe begründeten dieses Passus damit, dass das christliche Wertesystem in der Vergangenheit allen totalitären Systemen – dem nationalsozialistischen wie auch dem kommunistischen – als Inbegriff nationaler Kultur getrotzt habe und nun in der Gegenwart in einem pluralistischen Staatswesen als ein konstruktiver Gegenentwurf zu der destruktiv-chaotischen Beliebigkeit und Erosion der Werte gelten könnte (vgl. Rydlewski 1993 : 31f.).

²⁸⁸ Dem Missbrauch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für parteipolitische Propaganda, was auf der Basis von Artikel 23 durchaus möglich wäre, hat der Nationale Rundfunkrat mit einer Verordnung vom 13. Mai 1994 vorgebeugt. Im § 2 dieser Verordnung werden das erste Programm des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens und das erste Programm des öffentlich-rechtlichen Polnischen Radios verpflichtet, einmal in der Woche zwischen 16 und 23 Uhr eine 45minütige Sendung auszustrahlen, an der alle Parteien und politischen Gruppierungen, die bei den letzten Wahlen zum Sejm mehr als 400.000 Stimmen erhalten haben, teilnehmen dürfen. Gemäß § 2.4 dieser Verordnung ist die Sendezeit entsprechend dem Anteil der erhaltenen Wählerstimmen aufzuteilen (vgl. *Rozporządzenie* 1994).

Aus der Rechtsform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ergibt sich, dass alle Entscheidungs- und Kontrollkompetenz bei den jeweiligen Aufsichtsräten liegt, die wiederum Vorstände mit der Geschäftsführung beauftragen. Laut Artikel 27 gehören dem Vorstand eines öffentlich-rechtlichen Rundfunksenders bis zu fünf Mitglieder an, die mit einer Zwei-Drittel-Mehrheit vom Aufsichtsrat ein- und abberufen werden. Die reguläre Amtszeit des Vorstandes beträgt vier Jahre. Der Aufsichtsrat eines öffentlich-rechtlichen Rundfunksenders besteht aus fünf bis neun Mitgliedern, von denen bis auf einen vom Finanzminister entsandten alle vom Nationalen Rundfunkrat für eine Amtszeit von drei Jahren einberufen werden.²⁸⁹

Der Programmrat, der in Artikel 28a der seit Dezember 1995 rechtskräftigen Novelle des Rundfunkgesetzes verankert ist, war in der ursprünglichen Fassung lediglich als ein beratendes Organ vorgesehen. Der Programmrat setzt sich aus 15 vom Nationalen Rundfunkrat berufenen Mitgliedern zusammen, darunter zehn Repräsentanten der im Parlament vertretenen Parteien. Bei den verbliebenen fünf Mitgliedern handelt es sich um wichtige Persönlichkeiten aus der polnischen Kultur- und Medienwelt. Aufgabe der auf vier Jahre berufenen Programmräte ist es, das laufende Programm und die Programmplanung auf Anspruch und Inhalte zu bewerten. Die mehrheitlich gefassten Beschlüsse des Gremiums werden zur Beratung an den Aufsichtsrat weitergeleitet.

Dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Polen nicht in jeder Hinsicht den Prinzipien einer privaten Aktiengesellschaft folgt, geht aus den Artikeln 29 und 31 hervor. Den Bestimmungen zufolge kann der Finanzminister als Vertreter des Alleinaktionärs in der Hauptversammlung weder Einfluss auf die Programmpolitik nehmen, noch irgendwelche Ansprüche auf Gewinnbeteiligung stellen. Als Einnahmequellen nennt Artikel 31 erstens Rundfunkgebühren, zweitens Gewinne aus dem Handel mit Rundfunkrechten, drittens Erträge aus Werbung und Sponsoring sowie viertens andere Quellen. Weiterhin sind Zuschüsse aus der Staatskasse, beispielsweise für Schul- und Bildungsprogramme, vorgesehen. Zu den deutlichen Veränderungen, die das Rundfunkgesetz dem polnischen Rundfunk beschert hat, zählt die aufgewertete Rolle der Regionalstationen. An deren Spitze steht gemäß Artikel 30 jeweils ein vom Aufsichtsrat auf Vorschlag des Vorstandes eingesetzter Direktor.

Kapitel 5: Konzessionen für die Programmausstrahlung

Artikel 33, mit dem das fünfte Kapitel des Rundfunkgesetzes beginnt, besagt, dass die Verbreitung von Rundfunkprogrammen, insoweit es sich nicht um öffentlich-rechtliche Hörfunk- und Fernsehprogramme handelt, einer Konzession bedarf. Diese Konzession vergibt der Vorsitzende des Nationalen Rundfunkrates auf der Grundlage eines Beschlusses dieses Gremiums. Das Verfahren beginnt laut Artikel 34 damit, dass nach Absprache mit dem Kommunikationsministerium die zu vergebenden Konzessionen in Tageszeitungen ausgeschrieben werden. Um Transparenz herzustellen, gibt der Vorsitzende des Nationalen Rundfunkrates nach Ablauf der Bewerbungsfrist, die mindestens einen Monat lang dauern muss, bekannt, welche Bewerber

²⁸⁹ Das polnische Verfassungsgericht legte in seinem Urteil vom 13. Dezember 1995 fest, dass Aufsichtsräte öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten während ihrer Amtszeit nicht abberufen werden können (vgl. Jakubowicz 1999 : 166).

einen Antrag eingereicht haben. Eine Konzession darf gemäß Artikel 36, Absatz 3 an TV-Sender für mindestens drei und höchstens zehn Jahre und an Radiosender für mindestens drei und höchstens sieben Jahre vergeben werden. Zum Erwerb einer Konzession berechtigt sind laut Artikel 35 alle polnischen Staatsbürger beziehungsweise juristische Personen, die ihren Sitz in Polen haben, sowie alle multinationalen Gesellschaften, an denen Ausländer mit maximal 33 Prozent beteiligt sind und deren Statut es vorsieht, dass in den entscheidenden Gremien des Unternehmens – Vorstand und Aufsichtsrat – polnische Staatsbürger die Mehrheit repräsentieren und in der Hauptversammlung aller Anteilseigner die ausländischen Vertreter zusammen über höchstens 33 Prozent der Stimmen verfügen.

Dem universellen Regelungsanspruch des Rundfunkgesetzes entsprechend, nennt Artikel 36 nicht nur inhaltliche Konzessionierungskriterien, sondern auch wettbewerbspolitische Anforderungen. Beispielsweise ist in Absatz 2 festgelegt, dass ein Veranstalter eine Konzession nicht erhalten darf, wenn er dadurch eine marktbeherrschende Stellung im Bereich der Massenmedien erreichen würde. Ergänzt durch eine sehr umfangreiche Verordnung des Nationalen Rundfunkrates vom 2. Juni 1993²⁹⁰ listet Artikel 37 im Einzelnen auf, welche Angaben die Bewerber, die sich um eine Konzession bemühen, machen müssen. Laut Artikel 37a müssen Veranstalter dem Rundfunkrat jedes Jahr einen finanziellen Rechenschaftsbericht vorlegen. Die sieben möglichen Gründe für den Entzug einer Konzession, die laut Artikel 39 gleichzeitig auch zum Vertrieb von Videotext berechtigt, nennt der Artikel 38:

1. Ein Veranstalter gefährdet mit seinem Programm die nationale Kultur und staatliche Sicherheit oder verstößt gegen die guten Sitten
2. Das Unternehmen erringt eine marktbeherrschende Stellung
3. Ein Dritter erlangt direkt oder indirekt Kontrolle über den Konzessionsnehmer
4. Der Veranstalter verstößt gegen die Auflagen der Konzession
5. Der Konzessionsnehmer verzögert schuldhaft den Programmbetrieb
6. Der Veranstalter entrichtet nicht fristgerecht oder vollständig die Gebühren für die Konzessionierung
7. Der Veranstalter legt keinen finanziellen Rechenschaftsbericht vor.

Artikel 39 legt fest, wer sich um den besonderen Status eines *gesellschaftlichen* Veranstalters bewerben darf: Vereinigungen, Stiftungen sowie kirchliche Einrichtungen. Das Rundfunkgesetz privilegiert diese Veranstalter, indem es sie von der Pflicht der Entrichtung jeglicher Lizenzgebühren befreit.

Kapitel 6: Programmvertrieb in Kabelnetzen

Die Verbreitung von Rundfunkprogrammen in Kabelnetzen, dabei kann es sich um Angebote Dritter sowie eigene Programme handeln, regeln die Artikel 41 bis 47 des sechsten Kapitels des Rundfunkgesetzes. Im Gegensatz zu Veranstaltern von Fernsehprogrammen sind die Betreiber von Kabelnetzen in ihren unternehmerischen Entscheidungen grundsätzlich vom Nationalen Rundfunkrat unabhängig. Durch die Artikel 41 und 42 sind sie allerdings dazu verpflichtet, die von ihnen verbreiteten Programme kostenpflichtig

²⁹⁰ Vgl. hierzu *Rozporządzenie* (1993a).

beim Vorsitzenden des Nationalen Rundfunkrates registrieren zu lassen. Inhaltlich eingeschränkt wird die Angebotsgestaltung der Kabelnetzbetreiber durch die in Artikel 43 formulierte Verpflichtung, öffentlich-rechtliche Programme ins Kabelnetz einzuspeisen. Höchste Priorität bei der Einspeisung in ein Kabelnetz haben die beiden landesweiten Programme des Polnischen Fernsehens sowie die für das Verbreitungsgebiet zuständigen öffentlich-rechtlichen Regionalprogramme. Nur wenn Kabelnetzbetreiber dieser Verpflichtung nachkommen, dürfen sie andere nationale oder internationale Sender ihrer Wahl in das Angebot aufnehmen. Die Modalitäten der Registrierung und die Gründe für eine Ablehnung sind analog zu den Richtlinien für die Vergabe von Konzessionen an private Programmveranstalter in den Artikeln 44 bis 47 fixiert.

Kapitel 7: Rundfunkgebühren

Im siebten Kapitel des Rundfunkgesetzes ist in den Artikeln 48 bis 51 festgeschrieben, dass zur Finanzierung des polnischen öffentlich-rechtlichen Rundfunks Rundfunkgebühren erhoben werden. Ihre Höhe²⁹¹ wird durch den Nationalen Rundfunkrat festgelegt und sie werden von der Polnischen Post eingezogen. Der Nationale Rundfunkrat ist gemäß Artikel 50, Absatz 2 zugleich das Organ, das jeweils bis zum 30. Juni eines Jahres bestimmt, wie das Gebührenaufkommen im folgenden Jahr auf die einzelnen öffentlich-rechtlichen Sender einschließlich der Regionalstationen aufgeteilt wird.

Jeder Besitzer von Rundfunkgeräten ist laut Artikel 49 verpflichtet, diese bei entsprechenden Behörden des Telekommunikationsministeriums anzumelden.²⁹² Im Falle, dass unregistrierte Rundfunkgeräte ermittelt werden, ist eine Geldstrafe in Höhe von 30 monatlichen Rundfunkgebühren zu entrichten²⁹³.

Kapitel 8: Rechtliche Verantwortung

In den fünf Artikeln (52 bis 56) des achten Kapitels hat der Gesetzgeber den Nationalen Rundfunkrat mit Kompetenzen eines judikativen Organs ausgestattet. Beispielsweise hat der Nationale Rundfunkrat gemäß Artikel 52 und 53 das Recht, Rundfunkveranstalter, die ohne eine Konzession senden, und Kabelanbieter, die nicht registriert sind, mit Geldbußen von bis zu 50 Prozent der jährlichen Gebühren für die Nutzung terrestrischer Frequenzen beziehungsweise zehn Prozent der gesamten Jahreseinnahmen zu bestrafen. Der Vorsitzende des Nationalen Rundfunkrates ist laut Artikel 54 berechtigt, im Falle eines Verstoßes gegen die

²⁹¹ Im Jahre 2001 betrug die Gebühr für Radio und Fernsehen 11,60 neue Polnische Złoty (ca. 3 Euro) pro Monat (vgl. Piatek 2002 : 515).

²⁹² Durch eine Verordnung des Nationalen Rundfunkrates vom 27. Juni 1996 wurden folgende Personengruppen von der Rundfunkgebührenpflicht entbunden: Invaliden, Personen über 75 Jahre, Sozialhilfeempfänger, taube Personen, blinde Personen, Kriegsinvaliden, polnische Soldaten des Zweiten Weltkrieges, Kriegsoffer, Witwer und Witwen verstorbener polnischer Soldaten des Zweiten Weltkrieges (vgl. *Rozporządzenie* 1996; Sobczak 1999 : 47).

²⁹³ Eine kontrollierende Institution, die prüft, ob jemand schwarz fernsieht, existiert in Polen allerdings nicht. Die Einrichtung einer Institution nach dem Vorbild der bundesdeutschen Gebühreneinzugszentrale (GEZ) blieb eine unverwirklichte Idee aus den Anfangsjahren des Nationalen Rundfunkrates (vgl. Modrzejewska 1998i).

Auflagen einer Konzession gegen den Verantwortlichen eines Senders eine Geldstrafe in Höhe von bis zu sechs Monatsgehältern zu verhängen.²⁹⁴

Kapitel 9: Änderungen der geltenden Vorschriften, Übergangsvorschriften und Schlussbestimmungen

Die Artikel 57 bis 71 des neunten Kapitels beschreiben die gebündelten Auswirkungen des neuen Rundfunkgesetzes auf geregeltes materielles Recht.

1. 5. Das neue Rundfunkgesetz tritt in Kraft

Das neue Rundfunkgesetz wurde am 29. Dezember 1992 vom Sejm verabschiedet. In Kraft trat es am 1. März 1993, nachdem es vom polnischen Präsidenten Lech Wałęsa unterzeichnet worden war. Wie im vorangegangenen Kapitel beschrieben, wurde durch das neue Rundfunkgesetz der Nationale Rat für Hörfunk und Fernsehen (*Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji/KRRiTV*) ins Leben gerufen. Das neu geschaffene Ausführungs- und Kontrollorgan wurde mit sehr weit reichenden Kompetenzen ausgestattet: Es regelt alle Rundfunkangelegenheiten, beaufsichtigt alle Rundfunksender und vergibt Konzessionen an private Anbieter. Im traditionell zentralistisch organisierten Polen liegt somit die gesamte rundfunkpolitische Kompetenz in der Hand der neuen Institution: „Das wichtigste Regulierungsorgan ist der Nationale Rundfunkrat, der in Absprache mit dem Premierminister, aber formal unabhängig, die allgemeinen Kriterien der polnischen Rundfunkpolitik vorgibt.“ (Jakubowicz 1998 : 39)

Der Nationale Rat für Hörfunk und Fernsehen, im folgenden als Nationaler Rundfunkrat bezeichnet, war bereits vor seiner Gründung Gegenstand zahlreicher heftiger Debatten in der Politik und in der Öffentlichkeit. Dies bezog sich auf seine Zusammensetzung, seine Kompetenzen sowie den Nominierungsmodus. In sehr frühen Überlegungen zur Rundfunkreform sollte sich der Nationale Rundfunkrat aus hervorragenden Rechtsexperten und Filmleuten zusammensetzen. Später fand in parlamentarischen Kreisen die Idee Zustimmung, dass sich der Rundfunkrat aus Experten zusammensetzen sollte, die die spezifische Praxis elektronischer Medien kennen. Letztendlich überwogen aber die politischen Machtinteressen. Die Nominierung des Nationalen Rundfunkrates hat unzweifelhaft politischen Charakter und das Gremium wird nach machtpolitischem Proporz besetzt: Vier Mitglieder werden vom Sejm nominiert, zwei vom Senat und drei vom polnischen Präsidenten (vgl. Mielczarek 1998 : 54f.). Der polnische Medienexperte Karol Jakubowicz (1999 : 164) vertrat die Auffassung, dass dadurch sichergestellt werde,

²⁹⁴ Der Nationale Rundfunkrat hat solche Strafen verhängt. Es handelte um Verstöße gegen die rundfunkspezifischen Jugendschutzbestimmungen. Der landesweite Privatsender *Polsat* musste beispielsweise ein Bußgeld in Höhe von 300.000 Złoty (ca. 75.000 Euro) entrichten, da er den Film *Harter Poker in Klein-Tokio* (*Ostry poker w małym Tokio*) um 20 Uhr und damit innerhalb der unter besondere Jugendschutzbestimmungen fallende Zeit gezeigt hatte. Mit insgesamt 63 Tötungsszenen hatte dieser Film nach Ansicht des Nationalen Rundfunkrates eindeutig gegen die Auflagen verstoßen (vgl. *Kara* 1997).

„dass die getroffenen Entscheidungen ausgewogen sind und nicht unmittelbar den Interessen der Regierung oder bestimmter politischer Gruppierungen dienen“. Der Vorsitzende des Nationalen Rundfunkrates wurde ursprünglich vom polnischen Präsidenten ernannt. Durch eine Novellierung des Rundfunkgesetzes im Jahre 1995 wurde diese Bestimmung abgeschafft. Die Mitglieder des Gremiums wählen seitdem ihren Vorsitzenden selbst (vgl. Jakubowicz 1999 : 164; Mielczarek 1998 : 60).

Das neue Rundfunkgesetz wurde in politischen Kreisen, aber auch in der breiten Öffentlichkeit kontrovers diskutiert. Zu den umstrittensten Punkten zählte von Beginn an Artikel 18, Absatz 2, der private und öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter dazu verpflichtet, die religiösen Empfindungen der Hörer und Zuschauer zu berücksichtigen und das christliche Wertesystem zu respektieren. Vielfach kritisiert wurde ebenfalls Artikel 21, Absatz 2, Punkt 6, der für die Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gilt und besagt, dass das christliche Wertesystem die Grundlage einer universellen Ethik sei (vgl. Mielczarek 1998 : 301ff.). Vor allem von Vertretern der polnischen Linken wurde die Befürchtung geäußert, dass diese beiden auf Betreiben der katholischen Kreise in das neue Rundfunkgesetz aufgenommenen Passagen genügend Interpretationsspielraum ließen, um auf ihrer Grundlage religiöse und ideologische Zensur zu betreiben (vgl. Rydlewski 1993 : 22ff.). Gleich nach der Verabschiedung des Gesetzes reichten einige Abgeordnete der demokratischen Linken eine Beschwerde beim Obersten Verfassungsgericht ein. Dessen Richter hielten die Auflagen zur Achtung des christlichen Wertesystems jedoch für verfassungskonform, denn „christliche Werte zu beachten bedeutet nicht die Verpflichtung, sie zu propagieren; man darf sie im Programm nur nicht verletzen“ (Pitzer 1994 : 8).

Auf der Grundlage des neuen Rundfunkgesetzes und auf dem Wege einer Verordnung des Ministerrates vom 26. März 1993 wurde die staatliche Organisationseinheit *Polskie Radio i Telewizja* (Polnisches Radio und Fernsehen) schließlich im Frühjahr 1993 aufgelöst (vgl. Sobczak 1996 : 92). Die staatliche Behörde wurde in 19 separate Aktiengesellschaften öffentlich-rechtlichen Charakters zerschlagen: 17 regionale Hörfunk-Anstalten, eine nationale Hörfunk-Anstalt mit Sitz in Warschau sowie eine nationale Fernseh-Anstalt (einschließlich 13 Regionalstudios) ebenfalls mit Sitz in Warschau. Aus dem ehemaligen staatlichen Rundfunk sind *Radio Polskie S.A.*, das Polnische Radio, sowie *Telewizja Polska S.A.*, das Polnische Fernsehen entstanden²⁹⁵ (vgl. Jędrzejewski 1999 : 147; Jakubowicz 1999 : 167)

Wenngleich die ehemals staatliche Organisationseinheit *Polskie Radio i Telewizja* nicht mehr existierte, verblieb der neue öffentlich-rechtliche Rundfunk *de facto* weiterhin in staatlicher Hand: 100-prozentiger

²⁹⁵ Dieser rechtliche Status bedeutet, dass die öffentlich-rechtlichen Anbieter sowohl an das Rundfunkgesetz als auch an das Handelsrecht gebunden sind. Dies führte manchmal zu Kontroversen, was auf der partiellen Unvereinbarkeit des rechtlichen Status beruhte. Beispielsweise schreibt das Rundfunkgesetz den öffentlich-rechtlichen Anbietern eine nichtkommerzielle Programmzielsetzung vor, während das Handelsrecht zum Teil in der Weise interpretiert werden kann, dass öffentlich-rechtliche Sender Gewinne erwirtschaften müssen. Der ehemalige polnische Präsident Lech Wałęsa bat das Polnische Verfassungsgericht, eine allgemein gültige Interpretation der Artikel 26 und 28 des Rundfunkgesetzes festzulegen. Das Urteil des Verfassungsgerichts vom 13. Dezember 1995 minimierte die vermeintliche Unvereinbarkeit. Die Verfassungsrichter waren der Auffassung, dass die wirtschaftliche Komponente bei öffentlich-rechtlichen Anbietern im Vergleich zu der Zielsetzung, die im Rundfunkgesetz festgelegt worden ist, eine zweitrangige Rolle spielt (vgl. Jakubowicz 1999 : 165).

Anteilseigner der 19 Aktiengesellschaften ist der Staat, der durch den Finanzminister vertreten wird. Der Finanzminister übernimmt gleichzeitig die Rolle der Gesellschafterversammlung. Das neue Rundfunkgesetz enthält aber eine Reihe von Bestimmungen, die den Einfluss des Finanzministers – und damit verbunden auch der Regierung – auf die Aktiengesellschaften beschränken sollen. Beispielsweise hat der Finanzminister kein Recht, eventuelle Gewinne einzubehalten und anderweitig zu nutzen oder auf die Programmpolitik direkt Einfluss zu nehmen.²⁹⁶ Darüber bestimmen die Vorstände, die Aufsichts- sowie die Programmräte, die durch den Nationalen Rundfunkrat und somit nach politischen Kriterien nominiert werden (vgl. Jędrzejewski 1999 : 147f.; Jakubowicz 1999 : 163f.).

In seiner Funktion als Repräsentant der Gesellschafterversammlung ernennt der Finanzminister nur jeweils ein Mitglied der neunköpfigen Aufsichtsräte²⁹⁷ der öffentlich-rechtlichen Aktiengesellschaften. Die anderen acht werden vom Nationalen Rundfunkrat nominiert. Die Aufsichtsräte sind für die Nominierung und Abberufung der geschäftsführenden Vorstände²⁹⁸ zuständig, die wiederum für das laufende Geschäft und die strategische Planung verantwortlich sind.

Die Programmräte werden ebenfalls vom Nationalen Rundfunkrat einberufen. Laut Artikel 28a des Rundfunkgesetzes handelt es sich dabei um ein Gremium, das sich aus zehn Vertretern parlamentarischer Gruppen sowie fünf Vertretern aus den Bereichen Medien und Kultur zusammensetzt. In der ursprünglichen Fassung des Rundfunkgesetzes waren die Programmräte lediglich als beratende Gremien vorgesehen. Ihre Position wurde durch die Novellierung des Rundfunkgesetzes im Dezember 1995 aufgewertet. Die Beschlüsse der Programmräte zu Programmangelegenheiten müssen nun in den Beratungen und Entscheidungen der Aufsichtsräte Berücksichtigung finden (vgl. *Ustawa* 1992).

Die Konstruktion der Ein-Personen-Aktiengesellschaften des Staates kann als die polnische Variante des öffentlich-rechtlichen Rundfunkmodells angesehen werden. Vor dem Hintergrund der Rundfunkreform in Polen stellte diese Konstruktion insofern ein Novum dar, als dass sie die Funktionen des Betreibers, des Eigentümers, sowie der Programmaufsicht, welche bis zur Reform allesamt das Rundfunkkomitee innehatte, jeweils verschiedenen Institutionen zuwies. Es fand also eine Dezentralisierung statt. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk gehört dem Staat. Der laufende Betrieb und die kurzfristige Programmgestaltung liegen in der Verantwortung der geschäftsführenden Vorstände der jeweiligen Aktiengesellschaften. Der neu geschaffene Nationale Rundfunkrat ist für die Programmaufsicht zuständig. Er kontrolliert die Einhaltung der von ihm selbst erlassenen Richtlinien, beispielsweise zum Jugendschutz, Werbung oder politischen Berichterstattung.

²⁹⁶ Im Artikel 29 des Rundfunkgesetzes ist festgelegt, dass der Vorstand der Gesellschaft an keine Weisungen oder Verbote seitens der Gesellschafterversammlung gebunden ist, soweit diese Programminhalte betreffen. In Artikel 31 ist festgelegt, dass die Aktionäre der Gesellschaften nicht berechtigt sind, an Gewinnen beteiligt zu werden (vgl. Mielczarek 1998 : 315).

²⁹⁷ Das Urteil des Polnischen Verfassungsgerichts vom 13. Dezember 1995 besagt, dass Aufsichtsräte einzelner öffentlich-rechtliche Anbieter während ihrer Amtszeit nicht abberufen werden können. Es schränkt den Einfluss des Finanzministers zusätzlich dadurch ein, indem es dem Finanzminister das Recht zur Abberufung einzelner Aufsichtsratsmitglieder oder des gesamten Rates nicht zugesteht (vgl. Jakubowicz 1999: 166).

²⁹⁸ Beim Polnischen Fernsehen setzt sich der Vorstand beispielsweise aus fünf Personen zusammen (vgl. Jakubowicz 1999 : 166).

1. 6. Die Anfangsjahre nach der Rundfunkreform: Machtkämpfe um Posten und Lizenzen

Rund drei Monate nach Inkrafttreten des neuen Rundfunkgesetzes am 1. März 1993 legte der neue Nationalrat für Hörfunk und Fernsehen zwei Verordnungen vor. Zum einen handelte es sich um Richtlinien für die Fernsehwerbung, zum anderen – und dieser Punkt wurde von potentiellen privaten Rundfunkanbietern mit Spannung erwartet – um die Regeln für das Ausschreibe- und Vergabeverfahren von Lizenzen für private Fernseh- und Radiosender (vgl. Mielczarek 1997 : 83ff.).

In den folgenden Monaten nach der Veröffentlichung der Bewerbungsprozeduren konnten Interessenten ihre Offerten beim Nationalrat für Fernsehen und Radio vorstellen. Im Juni 1993 wurde das erste Lizenzvergabe-Verfahren offiziell eröffnet. Insgesamt 400 Bewerbungen gingen beim Nationalen Rundfunkrat ein, darunter: 250 Bewerbungen um eine Lizenz zum Betreiben eines lokalen Radiosenders, 89 Bewerbungen um eine Lizenz zum Betreiben eines lokalen Fernsehsenders, 28 Bewerbungen um eine Lizenz zum Betreiben eines regionalen und überregionalen Radiosenders, 26 Bewerbungen um eine Lizenz zum Betreiben eines regionalen und überregionalen Fernsehsenders sowie schließlich sieben Bewerbungen um eine Lizenz zum Betreiben eines nationalen Radiosenders und elf Bewerbungen um eine Lizenz zum Betreiben eines nationalen Fernsehsenders. Das erste Lizenzvergabe-Verfahren dauerte bis Mitte 1994 (vgl. Dobek-Ostrowska 1997 : 87). Insgesamt wurden in der ersten Runde des Lizenzvergabe-Verfahrens 161 Radio- und 16 Fernsehlicenzen vergeben²⁹⁹. „Bei der Lizenzvergabe wird die Art der vorgeschlagenen Programme, der Anteil von Eigenproduktionen, die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit (vor dem Hintergrund der Programmzusagen) und gegebenenfalls die Einhaltung der Sendevorschriften in der Vergangenheit geprüft. Relevant ist ferner die Position der Antragssteller im Medienmarkt unter Einbezug des Presse- und Produktionssektors.“ (Jakubowicz 1998 : 39)

Die Entscheidungen des Nationalen Rundfunkrates im ersten Lizenzvergabe-Verfahren führten dazu, dass im Hörfunk-Sektor fast alle der bislang 55 illegal operierenden Piratensender eine Lizenz erhielten und ihren Betrieb endlich auf legaler Grundlage fortsetzen konnten (vgl. Dobek-Ostrowska 1997 : 88; Kowalewska-Onaszkiwicz 1999 : 153). Die Konkurrenz um eine Radio-Sendelizenz war groß und nicht alle Bewerber waren erfolgreich³⁰⁰. Zu den Kriterien, die der Nationale Rundfunkrat bei seinen Entscheidungen zugrunde legte, zählten: die Attraktivität des vom Bewerber vorgeschlagenen Programms sowie die finanziellen Möglichkeiten, um den Programmbetrieb langfristig zu sichern (vgl. Sobczak 1999 : 131).

Eine der hochbegehrten Lizenzen zur landesweiten Ausstrahlung erhielten in der ersten Runde des Lizenzvergabe-Verfahrens der Ende 1989 gegründete und in Krakau angesiedelte Sender *RMF Radio, Muzyka, Fakty* (Radio, Musik, Fakten), der 1990 entstandene und in Warschau angesiedelte Sender *Radio*

²⁹⁹ Die Angaben stammen von Anna Szydłowska, der Direktorin des Büros des Vorsitzenden des Nationalen Rundfunkrates. Brief vom 4. Juli 2002.

³⁰⁰ Der Nationale Rundfunkrat bewirtschaftete im ersten Lizenzvergabe-Verfahren lediglich 60 Prozent der damals zur Verfügung stehenden Frequenzen (vgl. Sobczak 1999 : 114).

Zet sowie das katholische *Radio Maryja* aus Toruń (Thorn), das zu diesem Zeitpunkt bereits 31 Stationen betrieben hatte. Eine Lizenz zur überregionalen Ausstrahlung erteilte der Nationale Rundfunkrat dem Pfadfinder-Sender *Rozgłównia Harcerska* (vgl. Mielczarek 1998 145ff.; Jędrzejewski 1999 : 158; Kowalewska-Onaszkiwicz 1999 : 153; Sobczak 1999 : 113f.).

Bei den verbliebenen Lizenzen handelte es sich um regionale und vor allem lokale Radiolizenzen, darunter 28 Lizenzen für katholische Radiosender, die 1991 entstanden waren und die von einer kirchlichen Stiftung, von drei Pfarrbezirken sowie 24 Diözesen betrieben wurden. Zu den erfolgreichen Bewerbern, die bis Mitte 1994 eine Sendelizenz erhielten, zählten Universitäten, Gemeinden, Kultureinrichtungen, Privatpersonen, Stiftungen, Vereinigungen sowie Privatunternehmen (vgl. Sobczak 1999 : 131f.; Wrzeszcz 1996 : 5).

Während bei der Vergabe von Sendelizenzen im Radio-Sektor zwar durchaus Wettbewerb herrschte, der Lizenzvergabe-Prozess jedoch relativ besonnen verlief, waren die Machtkämpfe der Wettbewerber um die erste landesweite Fernsehlizenz und der sie unterstützenden politischen Gruppierungen enorm. Der monatelang währende Konkurrenzkampf geriet zum Politikum und wurde von der polnischen Öffentlichkeit aufmerksam verfolgt. Mitte 1993 gab es zwei Kandidaten, die Ambitionen hatten, in Polen ein landesweites Vollprogramm zu etablieren, und die bereits begonnen hatten, sich in diesem Bereich zu positionieren.

Zum einen handelte es sich um den polnischen Ex- und Importmanager Zygmund Solorz, der in der Medienbranche bis dahin kaum in Erscheinung getreten war. Solorz hatte entschieden, den offiziellen Weg einzuschlagen. Er ließ seinen Sender *Polsat* seit dem 5. Dezember 1992 von den Niederlanden (Hilversum) aus via Satellit in verschiedene polnische Kabelnetze einspeisen. Solorz ließ sein Unternehmen in Wrocław (Breslau) als eine Aktiengesellschaft registrieren und zahlte dem Nationalen Rundfunkrat für die Genehmigung, das *Polsat*-Programm per Satellit in Polen einzustrahlen, am 5. Oktober 1993 insgesamt 30 Milliarden alte Polnische Złoty³⁰¹ (vgl. Mielczarek 1998 : 126f.; Kleinwächter 1994b : 22).

Auf die Strategie der vollendeten, jedoch illegalen Tatsachen setzte dagegen der italienische Medienunternehmer Nicola Grauso. Sein illegal agierendes Fernseh-Netzwerk *Polonia 1*, in das Grauso schätzungsweise 40 bis 50 Millionen US Dollar investiert hatte, war auf dem polnischen Fernsehmarkt bereits vertreten und erfreute sich großer Beliebtheit bei den Fernsehzuschauern und Werbekunden. Neben diesen beiden Konkurrenten zeigten viele andere Unternehmen sehr großes Interesse, eine Lizenz für die landesweite terrestrische Ausstrahlung von Fernsehprogrammen zu erwerben. Die Zahl der Interessenten überstieg um ein Vielfaches das Angebot an verfügbaren Frequenzen (vgl. Jakubowicz 1995 : 68; Mielczarek 1998 : 124 f.; Kleinwächter 1994b : 22).

Angesichts der bescheidenen technischen Optionen hätte der Nationalrat für Hörfunk und Fernsehen die Strategie wählen können, darauf zu warten, dass die polnische Armee ungenutzte Frequenzen freigeben würde und dass durch den Abzug sowjetischer Truppen aus Polen weitere Sendeanlagen und Frequenzen für zivile Zwecke nutzbar würden. Das hätte jedoch bedeutet, dass die Lizenzierung um ein oder zwei Jahre

³⁰¹ Zu diesem Zeitpunkt waren dies etwa 2,1 Millionen DM/1,05 Millionen Euro.

hätte aufgeschoben werden müssen, was „für den neu eingerichteten Nationalen Rundfunkrat völlig inakzeptabel gewesen“ (Pitzer 1994 : 7) war. Eine derartige Verzögerung hätte bei den ungeduldigen Antragsstellern, aber auch beim polnischen Publikum, das auf Alternativen zum Programmangebot der nun öffentlich-rechtlich gewordenen Sender wartete, für Unverständnis gesorgt.

In seinem ursprünglichen ordnungspolitischen Konzept hatte der Nationale Rundfunkrat vorgesehen, in der ersten Lizenzierungsrunde den Aufbau unterschiedlicher selbständiger lokaler und regionaler TV-Sender zu fördern. Diese Strategie wurde schließlich geändert. Die verfügbaren Sender und Frequenzen wurden so zusammengefasst, dass auf dieser Basis ein landesweiter Sender entstehen konnte, welcher in mittelfristiger Perspektive über eine vergleichbare technische Reichweite verfügen sollte wie das erste Programm des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens. Ein weiterer Teil der Ausstrahlungskapazitäten wurde zu überregionalen Frequenzketten gebündelt. Die wenigen übrig gebliebenen Frequenzen wurden an lokale TV-Lizenzen gekoppelt (vgl. Jakubowicz 1995 : 68; Modrzejewska 1997a).

Unter den Kandidaten für die landesweite Lizenz befanden sich neben *Polonia 1* und *Polsat* acht weitere, darunter international bekannte Medienunternehmen. Darunter: Time Warner, Rupert Murdoch, Kinnevik, Central European Development Corporation, der französische Pay-TV-Sender *Canal+*, CLT/Bertelsmann AG sowie Silvio Berlusconi. Die kapitalstarken westlichen Medienkonzerne tauchten in den Bewerbungsanträgen allesamt als Minderheitsgesellschafter auf, da sie an den jeweiligen polnischen Unternehmen, die einen Antrag gestellt hatten, mit nur maximal 33 Prozent beteiligt sein durften (vgl. Kleinwächter 1994b : 22; Modrzejewska 1999 : 200; Filas 2000 : 88).

Im Vergleich zum Radio-Sektor, wo die ersten Sendelizenzen bereits 1993 vergeben werden konnten³⁰², verlief das Lizenzvergabe-Verfahren im Fernseh-Sektor langsamer. Nach Abschluss der Anhörungen, die vom 15. bis 17. Januar 1994 stattfanden und bei denen alle Kandidaten, die sich um eine landesweite Lizenz beworben hatten, vom Nationalen Rundfunkrat befragt worden waren, galten *Antena 1*, ein Unternehmen des polnischen Regisseurs Marian Terlecki mit den internationalen Partnern Time Warner, CNN und ABC sowie *Polsat*, ein rein polnisches Unternehmen des Geschäftsmannes Zygmund Solorz als Favoriten des Nationalen Rundfunkrates. Auf der Verliererseite befanden sich unter anderem der von einer schwedischen Mediengruppe unterstützte *Top Canal*, der von der Bertelsmann AG mitfinanzierte Sender *Ogólnopolska Telewizja Prywatna* und – vor allem – *Polonia 1* des italienischen Medienunternehmers Nicola Grauso (vgl. *Broadcasting* 1994.; Modrzejewska 1997a).

Letztendlich wurde der Wettkampf um die erste Lizenz zur Ausstrahlung eines landesweiten Vollprogramms von dem Sender *Polsat* gewonnen, der im März 1994 erstmals auf Sendung ging. Begründet wurde die Entscheidung des Nationalen Rundfunkrates damit, dass der Sender erstens in mehr als einem Jahr bewiesen hatte, dass er in der Lage war, ein Vollprogramm auszustrahlen, und zweitens, dass *Polsat* ausschließlich von polnischen Geldgebern finanziert wurde (vgl. Jakubowicz 1995 : 69; Pitzer 1994 : 9). Einfluss auf diese

³⁰² Beispielsweise wurde der Sender *Muzyczne Radio* bereits 1993 lizenziert (vgl. *Katalog* 2000).

Entscheidung der zu diesem Zeitpunkt mehrheitlich christlich-konservativen Mitglieder im Nationalen Rundfunkrat mag auch die Katholische Kirche gehabt haben, die mal mehr, mal minder offen den Unternehmer Zygmund Solorz unterstützt hatte (vgl. Goban-Klas 1994 : 240).

Die Entscheidung für *Polsat* und gegen *Antena 1* mag bei ausländischen Investoren den Eindruck erweckt haben, dass der Nationale Rundfunkrat eine hochprotektionistische Lizenz-Vergabepolitik betreibe. Bei folgenden Entscheidungen zur Sendelizenz-Vergabe zeigte sich der Nationale Rundfunkrat jedoch weniger strikt gegenüber ausländischen Investoren. Der *Sender Polska Korporacja Telewizyjna (PTK)*, ein Unternehmen mit 33-prozentiger Beteiligung des französischen Konzerns *Canal+*, erhielt in 14 polnischen Städten Frequenzen zur terrestrischen Verbreitung des polnischsprachigen Pay-TV-Programms *Canal+ Polska* (vgl. Jakubowicz 1999 : 69). Weiterhin vergab der Nationale Rundfunkrat in der ersten Runde der Sendelizenz-Vergabe lokale Lizenzen an elf zumeist im Westen und im Südwesten angesiedelte Veranstalter sowie eine Lizenz an den Krakauer Sender *Telewizja Wisła*, der als überregionaler Anbieter in acht südlichen Woiwodschaften zu empfangen sein sollte (vgl. Mielczarek 1997 : 86).

Für den italienischen Medienunternehmer Nicola Grauso begann seine Medienpräsenz in Polen nach der Bekanntgabe der Ergebnisse des ersten Lizenzvergabe-Verfahrens zu enden. Die großzügige Duldung seiner illegalen Senderkette *Polonia 1* durch Polens Strafverfolger, die sich mit Rücksicht auf das schwebende Verfahren bis dahin zurückgehalten hatten, war zu Ende. Wegen des Betriebs von Piratensendern und des Verstoßes gegen die Höchstbeteiligungsquote ausländischer Investoren an Rundfunkunternehmen in Polen wurde Nicola Grauso am 23. August 1994 als Betreiber des Fernseh-Netzwerks *Polonia 1* von der Warschauer Staatsanwaltschaft angeklagt. Innerhalb der folgenden Wochen wurden seine illegal operierenden Sender geschlossen. Am 12. September 1994 zog sich *Polonia 1* aus Polen komplett zurück und begann von Italien aus über Satellit sein polnischsprachiges Programm nach Polen auszustrahlen (vgl. Mac 1994 : 19-20; Jakubowicz 1995 : 6; Dobrowolska 1996 : 313).

Die Lizenzierung von *Polsat* wurde von einer schweren Auseinandersetzung zwischen dem Nationalen Rundfunkrat und dem damaligen polnischen Präsidenten Lech Wałęsa begleitet. Der in der Öffentlichkeit ausgetragene Interessenskonflikt illustrierte die strukturelle Anfälligkeit des Nationalen Rundfunkrates von Polens Polit-Elite in einprägsamer Weise. Lech Wałęsa, der bereits im November 1993 den Rundfunkrat für die Ernennung des wirtschaftsliberal-konservativen Wiesław Walendziak zum ersten Vorsitzenden des geschäftsführenden Vorstandes des neu geschaffenen öffentlich-rechtlichen Fernsehens getadelt hatte, bekundete im Prozess der Vergabe der ersten landesweiten Fernseh-Sendelizenz stets seine Abneigung gegenüber dem Bewerber *Polsat*. Über die Entscheidung des Nationalen Rundfunkrates zugunsten von *Polsat* zeigte sich Lech Wałęsa so verärgert, dass er – in selbstgefälliger Auslegung des Rundfunkrechts – den von ihm entsandten und nominierten Vorsitzenden des Nationalen Rundfunkrates, Marek Markiewicz, einen Vertreter aus den Reihen der *Solidarność*, am 1. März 1994 absetzte. Zum neuen Vorsitzenden des Nationalen Rundfunkrates wurde ein anderes Mitglied des Gremiums ernannt, dem Wałęsa Vertrauen

schenkte: Ryszard Bender vom Christlich-Nationalen Bündnis (*ZChN*). Ryszard Bender haftete das Image an, dass er seine exponierte Stellung einzig und allein der willkürlichen Gunst Lech Wałęsas zu verdanken hatte. Dies ließen ihn auch die anderen Mitglieder des Nationalen Rundfunkrates deutlich spüren, was dazu führte dass Bender bereits am 31. Mai 1994 als Vorsitzender zurücktreten wollte. Erfolglos, weil Wałęsa seine Resignation nicht akzeptierte. Nachdem seine Ratskollegen in einer Verordnung beschlossen hatten, dass zukünftig der Sekretär des Nationalen Rundfunkrates dessen Sitzungen organisieren und leiten sollte, trat Bender am 22. Juli 1994 endgültig von seinem Amt zurück, wobei er gleichzeitig den Nationalen Rundfunkrat verließ.

Wałęsa nahm dies zum Anlass, einen neuen, ihm vertrauten Vorsitzenden zu nominieren: Janusz Zaorski. Gleichzeitig berief er die beiden verbliebenen, von ihm nominierten Mitglieder im Nationalen Rundfunkrat ab und ersetzte sie durch zwei neue (vgl. Reszka 1994; Kleinwächter 1994b : 23; Mielczarek 1998 : 55f.; Sobczak 1999 : 110). „Die Absetzung von Walesa und seine ständige Einmischung in die Arbeit von formal staatsunabhängigen Gremien hat zu einer heftigen öffentlichen Diskussion über das Verhältnis von Rundfunk, Staat und Gesellschaft geführt.“ (Kleinwächter 1994b : 23)

Wie es sich kurze Zeit später herausstellen sollte, hatte Wałęsa nicht rechtmäßig gehandelt. Laut Artikel 7 des Rundfunkgesetzes war Wałęsa zwar durchaus berechtigt gewesen, drei Mitglieder seiner Wahl in den Nationalen Rundfunkrat zu entsenden und den Vorsitzenden zu benennen. Wie das Polnische Verfassungsgericht in einem Urteil vom 10. Mai 1994 feststellte, hatte der polnische Staatspräsident aus diesem Artikel jedoch unzulässigerweise das Recht abgeleitet, die von ihm nominierten Rundfunkratsmitglieder auch absetzen und abberufen zu dürfen (vgl. Jakubowicz 1999a : 164; 62; Mielczarek 1998 : 55).

Wenngleich die Position des Rundfunkrats-Vorsitzenden nach dieser Entscheidung des Verfassungsgerichts zur Disposition gestellt worden war, blieb der von Walesa einberufene Janusz Zaorski noch bis Mai 1995 in Amt. Wie bereits seine Vorgänger beteiligte sich auch Janusz Zaorski an den politischen Ränkespielen innerhalb des Nationalen Rundfunkrates, welcher sich nach dem Wahlsieg der Demokratischen Linksallianz (*SLD*) und der Bauernpartei (*PSL*) im September 1993 zu einem Schauplatz politischer Scharmützel zwischen dem konservativen-katholischen Präsidenten und der neuen Links-Regierung unter Führung von Waldemar Pawlak und dann ab März 1995 unter Józef Oleksy entwickelte. Beispielsweise zögerte Janusz Zaorski die offizielle Lizenzierung des Senders *Canal+* wochenlang hinaus, indem er das notwendige Dokument einfach nicht unterschrieb. Erst als sich Ende Oktober 1994 der zuständige Sejm-Ausschuss für Kultur und Massenkommunikationsmittel einmischte und drohte, einen Untersuchungsausschuss in dieser Angelegenheit einzuberufen, leistete Janusz Zaorski die längst überfällige Unterschrift (vgl. Mielczarek 1998 : 57f.; Dobek-Ostrowska 1997 : 89; Modrzejewska 1997a).

1. 7. Die neue duale Rundfunkordnung ab 1995: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk bleibt Spielball der Politik

Der letzte Abschnitt macht es deutlich: Die Anfangsjahre nach der Reform des polnischen Rundfunksystems waren durch ein politisches Kräftemessen geprägt, das sich auf die Arbeitsabläufe des Nationalen Rundfunkrates unmittelbar auswirkte. Als ein Fortschritt und eine Verbesserung dieser Situation kann sicherlich die Novellierung des Rundfunkgesetzes betrachtet werden, die am 17. März 1995 vom Sejm beschlossen wurde. Die Hauptintention dieser Initiative war es, die bis dahin massive Einmischung der Politik in die Arbeit des Nationalen Rundfunkrates zu beschränken. In der Novelle wurde festgelegt, dass der Sejm, der Senat und der Präsident zwar zur Benennung der Mitglieder des Nationalen Rundfunkrates berechtigt sein sollen, über den Vorsitzenden dieses Gremiums sollen jedoch die Rundfunkratsmitglieder selbst durch Wahl entscheiden können (vgl. Jakubowicz 1999 : 164; Sobczak 1999 : 110).

Ungeachtet dieser neuen Bestimmungen übergab der Rundfunkrats-Vorsitzende Janusz Zaorski einige Wochen nach Ablauf seiner Amtszeit am 10. Mai 1995 den Vorsitz an den Wałęsa-Intimus Marek Jurek, der ebenfalls dem Christlich-Nationalen Bündnis (*ZChN*) angehörte (vgl. Mielczarek 1998 : 56f.; Dobek-Ostrowska 1997 : 89). Das war möglich, weil die im März 1995 verabschiedete Novelle des Rundfunkgesetzes mit einer großen Verzögerung in Kraft trat. Lech Wałęsa hatte gegen die Rundfunknovelle zunächst ein Veto eingelegt, das vom Sejm zurückgewiesen wurde. Daraufhin beschloss Wałęsa, gegen diese Novelle beim Polnischen Verfassungsgericht zu klagen. Dies war möglicherweise eine strategische Entscheidung, da der von Wałęsa eingesetzte Rundfunkrat-Vorsitzende auf diese Weise bis zu den nächsten Präsidentschaftswahlen im November 1995 in Amt bleiben konnte (vgl. Jakubowicz 1995a : 71; Mielczarek 1998 : 59; Sobczak 1999 : 110).

Die novellierte Fassung des Rundfunkgesetzes konnte schließlich am 27. Dezember 1995 in Kraft treten, nachdem Lech Wałęsa mit seiner Klage vor dem Verfassungsgericht gescheitert war. In der noch vor der Jahreswende vorgenommenen Wahl eines neuen Vorsitzenden stimmte die Mehrheit der Mitglieder des Nationalen Rundfunkrates für Bolesław Sulik, der zwar von der Linksallianz (*SLD*) für den Nationalen Rundfunkrat nominiert worden war, aber als ein Sympathisant der liberalen Freiheitsunion (*UW*) galt (vgl. Modrzejewska 1998; Dobek-Ostrowska 1997 : 89; Sobczak 1999 : 110).

Am 1. April 1995 endete erstmals die reguläre Amtszeit für drei der insgesamt neun Mitglieder des Nationalen Rundfunkrates. Für das damals regierende Bündnis aus Bauernpartei (*PSL*) und (*SLD*) war damit die Gelegenheit gekommen, die politischen Gewichte im bislang mehrheitlich konservativ geprägten Nationalen Rundfunkrat zugunsten der Linksallianz zu verschieben. Anstelle von Lech Dymarski, einem Vertreter der ultra-konservativen Gruppierung Bewegung für die Republik (*RdR*), nominierte der Sejm Michał Strąk, ein Mitglied der Bauernpartei (*PSL*). Den Sitz des vom Senat entsandten Jan Szafraniec vom Christlich-Nationalen Bündnis (*ZChN*) übernahm der mit der politischen Linken sympathisierende Witold Graboś. Jan Szafraniec blieb allerdings weiterhin Mitglied des Nationalen Rundfunkrates, da er von Wałęsa

zum Nachfolger von Tomasz Kwiatkowski nominiert worden war. Kwiatkowski war wiederum während der großen Ab- und Einberufungsaktion im Frühjahr 1994 von Wałęsa eingesetzt worden (Mielczarek 1998 : 56f.).

Als am 19. November 1995 *SLD*-Kandidat Aleksander Kwaśniewski im zweiten Wahlgang zum neuen Präsidenten der Republik Polen gewählt wurde, endete die Phase der mit dem politischen Patt verbundenen Kohabitation, bei der – ähnlich wie in Frankreich – die Regierung und der Präsident entgegengesetzte Auffassungen vertraten. Für den Nationalen Rundfunkrat und die polnische Rundfunkpolitik bedeutete der Sieg Kwaśniewskis, dass die politische Linke in den nächsten Jahren in diesem Gremium die tonangebende Kraft bleiben würde: Es war gewiss, dass die Sitze der drei Rundfunkrats-Mitglieder, die im April 1997 als nächste den Nationalen Rundfunkrat zu verlassen hatten, ausnahmslos mit Vertretern des linken politischen Spektrum besetzt werden würden (vgl. Mielczarek 1998 : 60).

Der Wechsel der politischen Verhältnisse im Nationalen Rundfunkrat hatte weit reichende Auswirkungen auf die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und hierbei insbesondere auf das Polnische Fernsehen. Die nun dominierende Linksallianz zeigte relativ wenig Skrupel, ihren Einfluss auf den Nationalen Rundfunkrat im Sinne eigener kommunikationspolitischer Anliegen geltend zu machen und dafür zu sorgen, dass Führungspositionen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit eigenen Leuten besetzt wurden (vgl. Mielczarek 1996a : 61; Dobek-Ostrowska 1997 : 89; Modrzejewska/Sieczkowski 1996a). Eine Konsequenz dieser Entwicklung war beispielsweise, dass der im November 1993 vom Nationalen Rundfunkrat einberufene erste Vorsitzende des geschäftsführenden Vorstandes des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens, Wiesław Walendziak, am 28. Februar 1996 – für viele Politiker, Journalisten und Mitarbeiter überraschend – offiziell abdankte. Für seine Resignation gab er öffentlich drei Gründe bekannt: Erstens sei er im Vorstand des Polnischen Fernsehens bei einer wichtigen Personalentscheidung von seinen Kollegen überstimmt worden, zweitens habe er die zwei Jahre andauernden Reibereien mit Politikern beenden wollen, und drittens habe er die Fähigkeit verloren, dem permanenten politischen Druck zu widerstehen³⁰³ (vgl. Modrzejewska 1996c; Walendziak 1993; Mielczarek 1998 : 96).

Zum Nachfolger Walendziaks wurde am 12. April 1996 der im Nationalen Rundfunkrat vertretene Senatsdelegierte der Bauernpartei (*PSL*), Ryszard Miazek, ernannt. Zu Beginn seiner Amtszeit kritisierte Miazek das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen, wie es sich unter der Leitung seines Vorgängers Walendziak entwickelt hatte, und machte deutlich, welche persönlichen Vorstellungen er hatte: „It [the Polish Television – K. H.] defined its mission as serving society as large, not the state or the government. In reality, however, society is the state and its democratic structures, and television should offer its services to

³⁰³ Beispielsweise beklagte Walendziak bereits Anfang 1995 öffentlich, dass das politische Establishment ständig versuche, den Rundfunk zu kontrollieren (vgl. *Freedom* 1995 : 250). Ab Juni 1995 geriet Walendziak zusätzlich unter Druck, als zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrates des Polnischen Fernsehens Karol Jakubowicz gewählt wurde. Jakubowicz war bekannt dafür, dass er die Entwicklung des Polnischen Fernsehens unter Walendziaks Federführung sehr kritisch bewertete (vgl. Mielczarek 1998 : 94). Beispielsweise war Jakubowicz (1999b : 189) der Ansicht, dass Walendziak in der Programmpolitik einen *scharfen rechten Kurs* eingeschlagen hatte und das Polnische Fernsehen als ein Werkzeug des politischen Kampfes betrachtete.

them.“ (*A journalist* 1996) Gleichzeitig kündigte er an, dass er künftig gegen aggressiven Journalismus vorgehen und für mehr Loyalität des Polnischen Fernsehens gegenüber dem Sejm und der Regierung sorgen wolle (vgl. Spiewak 1996a; *A journalist* 1996). Die gegenüber seinem Vorgänger Walendziak vorgebrachte Kritik, nutzte Miazek als Argument, um unliebsame, im konservativen Lager beheimatete Gefolgsleute Walendziaks, welche aufgrund ihres jungen Alters und der mangelnden Fernseherfahrungen von älteren Kollegen als *pampersy* – zu deutsch *Pampers-Träger*³⁰⁴ – verspottet wurden, aus Führungspositionen zu entfernen. Beispielsweise wurde im August 1996 der Chef des Ersten Programms des Polnischen Fernsehens, der 29-jährige Tomasz Siemoniak, entlassen, weil er sich weigerte, dem Produktionsteam einer bekanntermaßen regierungskritischen Sendung zu kündigen (vgl. Mielczarek 1998 : 97; Spiewak 1996b; *Poland* 1997d).

Es überrascht nicht, dass Wiesław Walendziak sich öffentlich zu Wort meldete und den neuen Führungsstil seines Nachfolgers kritisierte: „Their aim was to have programs made by journalists who were totally dependent on the company and at its disposal.“ (*Former* 1996) Ähnlicher Auffassung war das Independent Center for Monitoring Freedom of Press: „Recent actions by the government-appointed Television Managing Board raise concerns that public television is increasingly subject to partisan influence by the Government.“ (*Poland* 1997d) Die im Jahre 1996 unter Miazek massiv vorgenommenen Personalumwälzungen beim Polnischen Fernsehen wurden auch im Ausland wahrgenommen. In der Stellungnahme der Europäischen Kommission zum Antrag Polens auf Beitritt zur Europäischen Union vom 15. Juli 1997 wird kritisiert, dass der Staat einen starken Einfluss auf die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ausübe (*Agenda* 1997 : 145). Der ehemalige US-Präsident Jimmy Carter adressierte 1996 als Mitglied einer an der Duke University (North Carolina) eingerichteten Kommission für Rundfunkpolitik einen Brief an den polnischen Staatspräsidenten Kwaśniewski. Darin bat er um eine Stellungnahme zu den Informationen über die Bedrohung der Freiheit und Unabhängigkeit des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens, die ihn aus Polen erreichten (vgl. Modrzejewska/Usidus 1996).

Einen Monat vor den bevorstehenden Parlamentswahlen im September 1997 gelang es der aus *SLD* und *PSL* bestehenden Linkskoalition, sich die Kontrolle über das öffentlich-rechtliche Radio und Fernsehen langfristig zu sichern. Am 7. August 1997 nutzte die Linkskoalition ihre Mehrheit im Rundfunkrat, um neue Mitglieder für die Aufsichtsräte des Polnischen Radios und des Polnischen Fernsehens zu benennen – jeweils sieben Gewährsmänner von *SLD* beziehungsweise *PSL* sowie zwei Vertreter konservativer Parteien. Damit durchbrach die Linksallianz den bis dahin vorherrschenden Usus, die Aufsichtsratsmandate nach Proporz zu verteilen (vgl. Mielczarek 1998 : 94; *Polen* 1998 : 20). Der von der Linksallianz (*SLD*) nominierte, aber mit der Freiheitsunion (*UW*) verbundene Vorsitzende des Nationalen Rundfunkrates, Bolesław Sulik, kommentierte dieses Vorgehen folgendermaßen: „People connected to the ruling coalition have a seven-

³⁰⁴ *Pampers-Träger* entwickelte sich zum Synonym für relativ junge Vertreter des konservativen Spektrums, die ideell und personell mit dem früheren Chef des Polnischen Fernsehens, Wiesław Walendziak, verbundenen waren und die Mitte der neunziger Jahre das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen dominierten.

person controlling package and can do what they want.“ (*News* 1997) Die linke Allianz sicherte sich mit diesem Coup ihren Einfluss auf die polnischen öffentlich-rechtlichen Medien weit über die anstehenden Septemberwahlen 1997 hinaus, da die Aufsichtsräte des Polnischen Radios und des Polnischen Fernsehens nicht vor Ablauf ihrer dreijährigen Amtszeit abberufen werden dürfen (vgl. Jakubowicz 1999 : 166).

Kurz vor der Sommerpause 1998 fand ein umfassender Wechsel der Geschäftsleitungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten statt. Die 1997 gewählten und links dominierten Aufsichtsräte des Polnischen Radios und des Polnischen Fernsehens nominierten neue Vorstände der öffentlich-rechtlichen Sender. In die fünfköpfigen geschäftsführenden Gremien des Polnischen Radios und des Polnischen Fernsehens wurden jeweils zwei Vertreter der Demokratischen Linksallianz (*SLD*), zwei Vertreter der Bauernpartei (*PSL*) sowie ein Vertreter der Freiheitsunion (*UW*) gewählt. Obwohl seit Herbst 1997 eine liberal-konservative Regierung an der Macht war, dominierte im Nationalen Rundfunkrat und damit verbunden auch in den Aufsichtsräten und den geschäftsführenden Vorständen der öffentlich-rechtlichen Medien eine Mehrheit der Linken nahe stehenden Mitglieder (vgl. *Polen* 1998 : 20).

Die Übernahme der Schlüsselpositionen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk durch Personen, die mit der Linksallianz oder der Bauernpartei verbunden waren, rief bei den konservativen Parteien selbstverständlich viele heftige Proteste hervor. Insbesondere das Wahlbündnis der *Solidarność* (*AWS*) kritisierte die Personalpolitik beim Polnischen Radio und beim Polnischen Fernsehen. Beim Polnischen Radio wurde der der Bauernpartei (*PSL*) nahe stehende Stanisław Popiołek neuer Vorsitzender des geschäftsführenden Vorstandes. Er löste Krzysztof Michalski ab, der seit der Gründung der öffentlich-rechtlichen Aktiengesellschaft an der Spitze des polnischen Hörfunks stand (vgl. *Polen* 1998 : 20). Beim Fernsehen wurde Andrzej Zieliński neuer Direktor des ersten Programms des Polnischen Fernsehens. Er hatte während des Präsidentschafts-Wahlkampfes im Jahre 1995 den Kandidaten Aleksander Kwaśniewski öffentlich unterstützt (vgl. Zdort 1998a). Den größten Verdruss mag der Mitte-Rechts-Regierung unter Premierminister Jerzy Buzek allerdings die Neubesetzung des Vorsitzenden des geschäftsführenden Vorstandes des Polnischen Fernsehens mit dem 37-jährigen Robert Kwiatkowski an der Spitze bereitet haben. Kwiatkowski war Absolvent der Warschauer Fakultät für Journalistik und Politikwissenschaften, Mitbegründer des sozialistischen Studentenverbandes und seit dieser Zeit eng mit Aleksander Kwaśniewski verbunden. Seit 1996 Mitglied des Nationalen Rundfunkrates, wurde Kwiatkowski am 26. Juni 1998 von dem links dominierten Aufsichtsrat zum Chef des Polnischen Fernsehens gewählt (vgl. *Polen* 1998; Zdort 1998b; Janowski/Majewski 1998; Filipowicz 1998a).

Die nachfolgenden Reaktionen des Aktionsbündnisses *Solidarność* (*AWS*) verdeutlichen, wie sehr sich alle polnischen Politiker zumindest in einem Bereich ähneln: Alle politischen Gruppierungen wollen die Kontrolle über öffentlich-rechtlichen Medien und sie alle äußern lautstark ihren Unmut, wenn die politische Konkurrenz das Spiel bestimmt. Trotz einiger Bekundungen, dass es besser wäre, das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen von politischen Verknüpfungen zu befreien, kommentierte der rechtskonservative Premierminister Jerzy Buzek die Ohnmacht seiner Wahlaktion auf das öffentlich-rechtliche Fernsehen

folgendermaßen: „It is ridiculous that the biggest parliamentary fraction does not have its representatives in this office.“ (Filipowicz 1998a) Auch die folgende Stellungnahme des *AWS*-Abgeordneten Tomasz Welnicki illustriert einprägsam, in welchem hohem Maße das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen knapp zehn Jahre nach dem Zusammenbruch des Kommunismus und fünf Jahre nach der Rundfunkreform noch immer als ein Instrument der Politik betrachtet wurde: „Mit 250 Abgeordneten und Senatoren können wir uns doch nicht mit nur einem Vertreter im fünfköpfigen Vorstand³⁰⁵ des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens zufrieden geben. Wir verlangen ein Gleichgewicht in den Medien.“³⁰⁶ (*Różne* 1998) Die Verbitterung der damals regierenden konservativ-liberalen Allianz illustriert ebenfalls das Beispiel, mit dem die Senatskommission für Kultur und Medien Ende Mai 1998 ihren Vorwurf, dass das Polnische Fernsehen eine parteiliche Berichterstattung betreibt, belegt hat: In einem Nachrichtenfilm sei der Fraktionsvorsitzende des konservativen Wahlbündnisses, Marian Krzaklewski, von der Toilette kommend gezeigt worden, wohingegen im selben Bericht ein Abgeordneter der Linken mit dem polnischen Wappentier, dem weißen Adler, im Hintergrund zu Wort gekommen sei (vgl. *Nie dopilnowała* 1998).

Der konservative Finanzminister Emil Wąsasz, der sich über die *manipulierten* Medien unzufrieden zeigte, verkündete im Oktober 1998, dass er den Aufsichtsrat des Polnischen Fernsehens auflösen würde, wenn er könnte, ihm dafür aber leider die rechtlichen Grundlagen fehlten (vgl. *Treasury* 1998a; Oljasz 1998b). Im gleichen Jahr richtete die konservativ-liberale Regierungskoalition eine Beschwerde an den Nationalen Rundfunkrat, in der sie über die defizitäre Berichterstattung des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens im Hinblick auf die von der Regierung Buzek initiierten Reformen klagte. Im gleichen Zusammenhang appellierten sowohl das polnische Kabinett als auch der ehemalige *TVP*-Chef Wiesław Walendziak, der nach den Wahlen 1997 zum Leiter der Kanzlei von Jerzy Buzek avancierte, eindringlich an die polnischen privaten Fernsehsender, den vom öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehen vernachlässigten Themen mehr Beachtung zu schenken und den Menschen die gestarteten Reformen zu erklären (vgl. *Cabinet* 1998). Die gegenseitigen Bezeichnungen, dass es jeweils der politische Gegner sei, der die Medien instrumentalisieren wolle, und die regelmäßigen, öffentlich zur Schau gestellten Proteste nahmen bis 2001 kein Ende. Dass es sich dabei in erster Linie um politische Rhetorik handelte, zeigten nicht zuletzt die Reaktionen der bis Herbst 2001 in die Oppositionsrolle verwiesenen Linksallianz. Auf die verschiedenen Bemühungen der konservativ-liberalen Regierungskoalition, einen größeren Einfluss auf die öffentlich-rechtlichen Medien zu gewinnen, reagierte die Linksallianz, die sich ihren Einfluss auf den Nationalen Rundfunkrat und somit ihren Machterhalt über Jahre gesichert hatte³⁰⁷, indem sie ihre Hände in Unschuld

³⁰⁵ Dem damaligen Vorstand des öffentlich-rechtlichen *Polnischen Fernsehens* gehörten damals an: Robert Kwiatkowski, von der *SLD* entsandt; Jarosław Pacholski, von der *SLD* entsandt; Marian Zalewski, von der *PSL* entsandt; Tadeusz Skoczek, von der *PSL* entsandt; Walter Chelstowski, von der Freiheitsunion (*UW*) entsandt.

³⁰⁶ „mając 250 posłów i senatorów, nie możemy zgodzić się na jednego przedstawiciela w pięciosobowym rządzie TVP. My domagamy się równowagi w mediach.“

³⁰⁷ Viele Beobachter sehen in ihrem Einfluss auf das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen das größte Machtpotential der polnischen Sozialdemokraten (*SLD*). „Bis zum Regierungswechsel 2001 trug das Fernsehen zur Unzufriedenheit in der Bevölkerung bei, seit dem Antritt der Regierung Miller werden unliebsame Fakten ausgeblendet und die Erfolge der Regierung ausgiebig gelobt.“

wusch und vor einer Politisierung der Medien warnte: „The government of the Polish Republic and the *AWS* aim to take control on the public media and are breaking the principle of media independence.“ (*Opposition* 1999)

Obwohl die Regierung Buzek Ende 1999 durch ihren Finanzminister Wąsacz verkünden ließ, dass sie ein Gesetz vorbereite, das den öffentlich-rechtlichen Anstalten mehr Unabhängigkeit von der Politik garantieren solle, indem die Sender zukünftig von einem neuen, aus Universitätsprofessoren bestehenden Gremium kontrolliert werden sollten, waren polnische Politiker niemals ernsthaft daran interessiert, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in eine faktische Freiheit und Unabhängigkeit zu entlassen (vgl. *Poland* 1999b; Goban-Klas 1996a; Modrzejewska 1996c). „Das Fernsehen war immer ein Leckerbissen für Politiker. Obwohl die Unabhängigkeit des öffentlich-rechtlichen Fernsehens gesetzlich garantiert ist, haben die Politiker niemals aufgehört, sich dafür zu interessieren.“³⁰⁸ (Modrzejewska/Sieczkowski 1996a).

Die besondere Bedeutung, die alle politischen Machthaber insbesondere dem öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehen beimaßen, beruhte auf zwei Faktoren: Zum einen hatte das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen mit seinen beiden nationalen Programmen und 13 regionalen Programmen viele Jahre lang eine Monopolstellung und galt somit als ein unentbehrliches Kommunikationsmittel, mit dem man ein Massenpublikum erreichen konnte. Zum anderen hatte die politische Elite trotz mancher durchaus existierender persönlicher Sympathien und Verbindungen nur relativ wenig Möglichkeiten, auf den neu entstandenen und sich erst entwickelnden privaten Rundfunk Einfluss zu nehmen. Der private Rundfunk verfügte im Allgemeinen *de facto* über jene strukturelle Unabhängigkeit, die die öffentlich-rechtlichen Anstalten in ihrer Programmgestaltung lediglich *de jure* genießen konnten.

1. 8. Die neue duale Rundfunkordnung ab 1995: Privater Rundfunk ist auf dem Vormarsch

Der private Rundfunk entwickelte sich in Polen unterschiedlich dynamisch. Im Gegensatz zu den Programmen des öffentlich-rechtlichen Polnischen Radios, die bereits seit Anfang der neunziger Jahre mit den immer beliebter werdenden Piratensendern im Wettbewerb standen, die bei der ersten Vergaberunde der Sendelizenzen quasi legalisiert wurden, bekam das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen die private Konkurrenz zunächst nur langsam zu spüren.

Im Radio-Sektor setzte sich der Boom nach der Vergabe der ersten Sendelizenzen zunächst einmal fort. Durch die Vergabe weiterer Sendelizenzen in der zweiten Lizenzvergabe-Runde, die bis 1997 andauerte,

Das Ausmaß dieser Parteinahme geht über alles hinaus, was sich ein nichts ahnender Beobachter von außen vorstellen kann.“ (Tewes 2002 : 26)

³⁰⁸ „Telewizja zawsze była łakomym kąskiem dla polityków. Mimo ustawowo zagwarantowanej niezależności telewizji publicznej, politycy nie przestali się nią interesować.“

kamen zu den bestehenden Radioanbietern neue überregionale, regionale und lokale Sender hinzu. Zu den neuen überregionalen Anbietern zählte beispielsweise der News & Talk-Sender *Inforadio* und der ehemalige Lokalsender *WAWA*, der zusätzliche Frequenzen erhalten hatte (vgl. Sobczak 1999 : 114 u. 133).

Bereits Mitte 1996 stellte es sich heraus, dass sich die in der Phase des lebhaften Enthusiasmus (1993-1995) häufig anzutreffende Annahme, dass sich mit Radio viel Geld verdienen lasse, auf dem polnischen privaten Radiomarkt nur zum Teil bewahrheitete. „Radio ist ein wesentlich schlechteres Geschäft als das Fernsehen. Es ist viel einfacher, einen Sender aufzubauen, aber viel schwieriger, daran zu verdienen“³⁰⁹ (Rożyński 1996), urteilte 1996 der Sekretär des Nationalen Rundfunkrates, Andrzej Zarębski. Während sich die landesweiten und überregionalen Sender in der Regel erfolgreich durchsetzen konnten, der landesweite Privatsender *RMF* entwickelte sich sogar zum meistgehörten Sender in Polen, befanden sich viele kleine lokale Radiosender permanent an der Grenze zum finanziellen Kollaps³¹⁰. In einigen Fällen kam es sogar vor, dass Radiosender, die vom Nationalen Rundfunkrat eine Lizenz erhalten hatten, aufgrund des finanziellen Risikos niemals auf Sendung gegangen sind (vgl. Mielczarek 1998 : 50; Rożyński 1996; Trusewicz 1995c).

Ab Mitte der neunziger Jahre machte sich auf dem Markt privater Hörfunkanbieter ein Konsolidierungsprozess bemerkbar. Die strukturellen Schwächen der lokalen Märkte führten dazu, dass sich viele lokale Sender zu Senderketten zusammenschlossen, um auf diese Weise ihren Werbekunden eine ausreichend große Zuhörerschaft und attraktive Werbetarife anbieten zu können (vgl. Hendlar 1996 : 36-38). Außerdem setzte auf dem polnischen Radiomarkt ein Konzentrationsprozess ein, bei dem schwächere Sender von stärkeren Konkurrenten übernommen wurden oder bis dahin branchenfremde kapitalstarke Unternehmen durch Aufkäufe den Radiomarkt betraten. Beispielsweise hat die Dachholding des landesweiten Senders *Radio Zet*, Eurozet, mehrere regionale und lokale Sender aufgekauft. Die Gesellschaft Agora, die Dachgesellschaft von *Gazeta Wyborcza* und lange Zeit nur im Pressebereich vertreten, hat seit 1996 über ein Dutzend lokale Radiosender sowie Anteile an dem überregionalen Sender *TOK FM* erworben. Der Konzentrationsprozess war im Jahre 2001 noch nicht zu Ende und der Markt kommerzieller Radioanbieter zeigte sich in dieser Hinsicht rund acht Jahre nach der Rundfunkreform noch immer in Bewegung (vgl. Błaszczak 2000c; Mielczarek 1998 : 147; Kowalewska-Onaszkiewicz 1999 : 159).

Das private Fernsehen entwickelte sich zunächst langsamer als der Radiomarkt. Wie sich später zeigen sollte, hatte der erste und einzige landesweite Privatanbieter *Polsat* durch seinen frühen Start im Jahre 1994 einen enormen Vorsprung erhalten, den spätere kommerzielle Wettbewerber bis 2001 nicht aufholen konnten: „Über den Erfolg im Fernseh-Sektor entschied die Konzession.“³¹¹ (Błaszczak 2000b) Bereits ein

³⁰⁹ „Radio jest gorszym biznesem niż telewizja. – Znacznie łatwiej założyć stację, ale trudniej na niej zarobić.“

³¹⁰ Eine Übersicht zur Verteilung der Werbeausgaben auf die verschiedenen polnischen Radiosender bietet Kapitel VII, Abschnitt 1.

³¹¹ „W telewizji o sukcesie decydowała koncesja.“

Jahr nach Sendebeginn konnte sich *Polsat* an die zweite Stelle der beliebtesten polnischen Sender etablieren, obwohl seine Entwicklung dadurch begrenzt wurde, dass der Sender bis 1996 noch immer nicht über die in der Lizenz zugesicherte terrestrische Reichweite von 80 Prozent des polnischen Territoriums verfügte. Sie betrug lediglich 60 Prozent (vgl. *Poland* 1997f : 197; Frey 1998a). Aus diesen Gründen gehörte *Polsat* zu den 50 Antragsstellern, die sich um eine oder mehrere der angebotenen Rundfunk-Frequenzen bewarben, die der Nationale Rundfunkrat für die zweite Runde des Lizenzvergabe-Verfahrens, die Anfang 1995 begann und im März 1997 abgeschlossen wurde, ausgeschrieben hatte. Insgesamt 25 Fernsehfrequenzen und über 150 Radiofrequenzen standen damals zur Verfügung (vgl. Dobek-Ostrowska 1997 : 88; Piątek 2002 : 513). Vergeben wurden schließlich 32 neue Lizenzen für den Betrieb eines Radiosenders sowie fünf neue Fernsehlicenzen³¹². Sowohl im Radio-Sektor als auch im Fernseh-Sektor konnten sich durch die zweite Runde der Lizenzvergabe weitere kommerzielle Anbieter auf dem polnischen Medienmarkt etablieren. Im Fernsehbereich schienen sich die Mitglieder des Nationalen Rundfunkrates – ähnlich wie bereits im ersten Lizenzvergabe-Verfahren – lange Zeit nicht einig darüber zu sein, wie ein schlüssiges Konzept für die Entwicklung des privaten Fernseh-Sektors aussehen könnte. Nach ursprünglicher Planung sollten die Lizenznehmer der zweiten Runde bereits im Dezember 1995 feststehen. Doch zu diesem Zeitpunkt gab der Vorsitzende des Nationalen Rundfunkrates lediglich bekannt, dass das Gremium drei alternative Vergabepläne diskutiere. Schließlich entschied der Nationale Rundfunkrat, dass zwei Lizenzen für zwei überregionale Sender vergeben werden sollten. Eine Lizenz umfasste die im Norden Polens gelegenen Woiwodschaften Bydgoszcz, Gdańsk (Danzig), Olsztyn (Allenstein), Poznań (Posen), Suwałki, Szczecin (Stettin) und Toruń. Die zweite Lizenz erstreckte sich über die zentralpolnischen Woiwodschaften Warszawa (Warschau), Chełm, Siedlce und Łódź (Lodz) (vgl. Markiewicz 1996a; Modrzejewska 1997a). Dass die technischen Reichweiten überregionaler Lizenzen zu klein waren, als dass derartige Sender langfristig wirtschaftlich erfolgreich auf dem Fernsehmarkt operieren konnten, hatte sich in der Zwischenzeit bei dem Sender *TV Wisła* gezeigt, der in der ersten Vergabe-Runde eine überregionale Lizenz für Südpolen erworben hatte. Seit Dezember 1995 versuchte *TV Wisła* mit einem Low-Budget-Programm die durch Werbeeinnahmen unzureichend gedeckten Kosten der Produktion und Ausstrahlung zu minimieren und auf diese Weise das wirtschaftliche Überleben zu sichern. Vor diesem Hintergrund brachte der damalige Vorsitzende des Nationalen Rundfunkrates, Bolesław Sulik, noch vor Abschluss der zweiten Runde des Lizenzvergabe-Verfahrens die Option ins Gespräch, dass die drei überregionalen Veranstalter einen Zusammenschluss bilden und sich auf diese Art und Weise als zweiter, landesweiter Privatsender in echter Konkurrenz zum ersten Programm des Polnischen Fernsehens und *Polsat* etablieren könnten (vgl. *Broadcasting* 1966; Jakubowicz 1998 : 41; Rabiej 1996b : 24).

Als aussichtsreichste Bewerber im Wettbewerb um die beiden überregionalen Lizenzen galten vier Gesellschaften, von denen zwei bereits erfolglos im ersten Lizenzvergabe-Verfahren teilgenommen hatten.

³¹² Die Angaben stammen von Anna Szydłowska, der Direktorin des Büros des Vorsitzenden des Nationalen Rundfunkrates. Brief vom 4. Juli 2002.

Zum einen handelte es sich hierbei um *TVN*, ein Joint Venture des US-amerikanischen Medienkonzerns Central European Media Enterprise (CME) und der polnischen Medienholding ITI, die in Übereinstimmung mit den Auflagen des Rundfunkgesetzes 67 Prozent der Anteile des Gemeinschaftsunternehmens hielt (vgl. Sobiepanek 1997).

Zum anderen handelte es sich um *Antena 1*, ein Unternehmen, das von dem Danziger Regisseur und ehemaligen Chef des Polnischen Fernsehens, Marian Terlecki, gegründet worden war und von sechs großen polnischen Unternehmen finanziert wurde (vgl. *Broadcasting* 1996; *Miazek* 1996). Als Favoriten galten außerdem die auf die polnische Investorengruppe Polskie Media SA gestützte Gesellschaft *Nasza Telewizja* sowie das Unternehmen *TV3 Pólnoc*, an dem der schwedische Konzern Kinnevik Media International A. B. mit 33 Prozent beteiligt war (vgl. Markiewicz 1996a).

Nach Beginn der zweiten Runde des Lizenzvergabe-Verfahrens hatten die Zusammensetzung und der Vorsitz des Nationalen Rundfunkrates gewechselt, was bei der Vergabe der Lizenzen zu einigen Verzögerungen führte. Im Fernsehbereich dauerte es bis Oktober 1996, bis der Nationale Rundfunkrat entschieden hatte, die beiden zur Verfügung stehenden Lizenzen an die Bewerber *TVN* und *Nasza Telewizja* zu vergeben (vgl. *KRRiTV* 1996).³¹³

Anfang 1997 wurden die beiden Sender *TVN* und *Nasza Telewizja* lizenziert. Der Vorsitzende des Nationalen Rundfunkrates, Bolesław Sulik, sprach sich damals erneut dafür aus, dass es sinnvoll wäre, die Idee eines föderalen Netzwerks zweier oder sogar dreier überregionaler Sender zu verfolgen. Der Sender *TVN*, im Vergleich zu den anderen beiden überregionalen privaten Anbietern aufgrund der Beteiligung US-amerikanischer Investoren relativ kapitalstark, nahm mit *Telewizja Wisła* und *Nasza Telewizja* tatsächlich Verhandlungen auf (*Poland* 1997c : 121). Im Falle von *Telewizja Wisła* führten die Gespräche zu einer schrittweisen Übernahme des kapitalschwachen südpolnischen Senders, der seit dem Sendestart von *TVN* im Oktober 1997 als Zulieferer regionaler Programme und Betreiber diverser Außenstudios in Südpolen fungiert und sein eigenes Programm eingestellt hat. Im Falle des zentralpolnischen Senders *Nasza Telewizja*, der den Programmbetrieb am 17. Januar 1998 aufgenommen hatte, verliefen die Verhandlungen anders. Hier wurde allenfalls eine gelegentliche Kooperation für möglich befunden (vgl. *Nasza* 1998 : 5).

³¹³ Deren Anträge wurden an das Telekommunikationsministerium weitergeleitet, das wiederum dafür zuständig war, die technischen Details der Lizenzen mit den Veranstaltern abzustimmen. Eigentlich handelte es sich bei diesem Verfahren um einen administrativen Routinevorgang, doch es entwickelte sich zu einem weiteren Beispiel für den ungebrochenen Willen der polnischen Politelite, auf die Medien Macht auszuüben. Unerwartet fühlte sich das Telekommunikationsministerium in diesem Fall nämlich berechtigt, die Entscheidung des Nationalen Rundfunkrates in Frage zu stellen und den Verfahrensverlauf durch bürokratische Spitzfindigkeiten erheblich hinauszuzögern. Die Kritik des Ministeriums galt in erster Linie dem Beschluss des Nationalen Rundfunkrates, die dem Sender *TVN* zugeordnete, werbetechnisch weniger lukrative nördliche Frequenzkette durch drei zusätzliche lokale Frequenzen für die Städte Warszawa (Warschau), Łódź (Lodz) und Poznań (Posen) und damit um mindestens drei Millionen weitere potentielle Zuschauer aufzuwerten. Das Motiv für die unübliche Interaktion des Ministeriums schien auf der Hand zu liegen: Als die Entscheidung gefallen war, dass der Sender *Antena 1*, der von der an der Regierung beteiligten Bauernpartei (*PSL*) unterstützt worden war, auch in der zweiten Lizenzvergabe-Runde für Sendelizenzen leer ausgehen würde, lag es offenbar im Interesse der Bauernpartei, ihren Einfluss auf das Telekommunikationsministerium auszuüben und den Mitbewerbern möglichst viele Schwierigkeiten zu bereiten (vgl. Modrzejewska 1997a).

Anders als erhofft, verlief der Start der beiden überregionalen Sender *TVN* und *Nasza Telewizja* nicht reibungslos. Am 26. Mai 1998 gab das Oberste Verwaltungsgericht, das wie eine Revisionsinstanz die Rechtmäßigkeit der Lizenzvergabe-Praxis des Nationalen Rundfunkrates prüfen darf, der gemeinsamen Klage³¹⁴ zweier anderer Lizenzbewerber statt, welche die Zuweisung der überregionalen Lizenz an *Nasza Telewizja* sowie von zusätzlichen lokalen Lizenzen an *TVN* für unrechtmäßig hielten. Wie bereits im Juni 1996, als enttäuschte Lizenzbewerber der ersten Runde des Lizenzvergabe-Verfahrens vor dem Obersten Verwaltungsgericht mit Erfolg gegen die Lizenzierung von *TV Wisła* und *Canal+* geklagt hatten, fühlte sich der Nationale Rundfunkrat durch das Urteil vom 26. Mai 1998 erneut brüskiert. Der Nationale Rundfunkrat reagierte mit einer Stellungnahme, in der er mitteilte, dass das Ergebnis der Wiederaufnahme des Lizenzvergabe-Verfahrens erneut zugunsten der betroffenen Sender ausfallen würde (vgl. Modrzejewska 1997f.; Frey 1998c).

Trotz einiger Anlaufschwierigkeiten konnte sich *TVN* auf dem polnischen Fernsehmarkt durchsetzen und entwickelte sich – hinter dem dominierenden *Polsat* – bis 2001 zum zweitbedeutendsten polnischen Privatsender. Der Konkurrent *Nasza Telewizja* hatte mit seinem ursprünglichen Programmkonzept keinen Erfolg und war gezwungen, im Jahre 2001 mit *Polsats* zweitem Kanal zu fusionieren³¹⁵ (vgl. Filas 2000 : 90). Ende 2001 konkurrierten auf dem polnischen Fernsehmarkt neben den öffentlich-rechtlichen Anbietern fünf lizenzierte private Anbieter, acht lokale private TV-Sender, rund ein Dutzend polnischsprachige Satellitensender sowie zwei digitale Plattformen um die Gunst der polnischen Fernsehzuschauer.³¹⁶

1. 9. Der Nationale Rundfunkrat – Ein Schauplatz politischer Scharmützel

Dass dem Nationalen Rat für Hörfunk und Fernsehen, welcher in den ersten Konzeptionen der *Solidarność* noch als ein Gremium unabhängiger Experten präsentiert wurde, von Anfang an eine bedeutende politische Rolle zugestanden worden ist, zeigen die seit 1993 immer wieder kehrenden parlamentarischen Auseinandersetzungen sowie die öffentlich geführten Debatten. Obwohl im Rundfunkgesetz eindeutig festgeschrieben ist, dass jedes Ratsmitglied für die Dauer seines Mandats jegliche Mitgliedschaft und jegliche Posten in Politik, Gesellschaft, Kirche und Wirtschaft ruhen lassen muss, handelt es sich nur *de jure* um ein Gremium neutraler und unabhängiger Sachverständiger. Seit seiner Gründung hat es sich immer

³¹⁴ Bei den Klägern handelte es sich einerseits um die Veranstalter von *Antena 1*. Dieser Sender hatte statt einer überregionalen Lizenz lediglich eine lokale für die Stadt Gdańsk (Danzig) erhalten. Ferner gehörte der Franziskanerorden zu den Klägern. Der Orden war Betreiber des katholischen Regionalsenders *Telewizja Niepokalanów*, der in der ersten Runde des Lizenzvergabe-Verfahrens eine Lizenz für die Woiwodschaft Skierniewice und in der zweiten Runde zusätzliche Lizenzen für Kraków (Krakau), Łódź (Lodz) und Opole (Oppeln) erhalten hatte (vgl. Frey 1998b).

³¹⁵ Vgl. hierzu Abschnitt 3.2.1. in diesem Kapitel.

³¹⁶ Siehe hierzu Abschnitt 3 in diesem Kapitel.

wieder gezeigt, dass der Nationale Rundfunkrat ein durch und durch politisiertes Gremium ist³¹⁷. Die polnische Medienwissenschaftlerin Dobek-Ostrowska (1997 : 89) urteilte treffend: „Von Anfang an war die Unabhängigkeit dieser Institution gefährdet. Der Rat wurde ein Element des politischen Spiels. Dort reiben sich die Interessen verschiedener Gruppierungen und Institutionen der politischen Macht.“³¹⁸ (Dobek-Ostrowska 1997 : 89) Auch Jakubowicz (1999b : 188) stellte fest, dass es in Polen keine Mechanismen gibt, die die Berufung der Mitglieder des Nationalen Rundfunkrates ohne politische Beziehungen ermöglichen würden.

Vor dem Hintergrund des normativen Ideals eines staats- und regierungsunabhängigen Rundfunks, das in den westlichen Ländern Europas überall postuliert, allerdings auch dort in sehr unterschiedlichen Graden umgesetzt wird, muss der politische Charakter des zentralen polnischen Regulierungsorgans als problematisch angesehen werden. Vor allem der weit reichende Einfluss des Nationalen Rundfunkrates auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk kann als ein strukturelles Defizit angesehen werden: Der Nationale Rundfunkrat genoss und genießt das Privileg, die überwiegende Mehrheit der Aufsichtsräte des Polnischen Radios und des Polnischen Fernsehens, die wiederum die geschäftsführenden Vorstände wählen, nominieren zu dürfen³¹⁹. Auf diese – ganz legale – Art und Weise hatte beispielsweise die Allianz aus *SLD-UP* und *PSL* vor den Parlamentswahlen im September 1997 das öffentliche Radio und Fernsehen unter ihre Kontrolle gebracht.

Der Nationale Rundfunkrat hat seit seiner Einberufung viele inkonsequente Entscheidungen getroffen, was in großem Maße auf der Unmöglichkeit beruhte, bei den wechselnden politischen Mehrheiten zu einem konsequenten Konsens und einem klaren rundfunkpolitischen Kurs zu gelangen. Ein Beispiel für die konzeptionellen Haken, die der Nationale Rundfunkrat im Laufe der Jahre geschlagen hat, ist die gewandelte Einstellung zur kommerziellen Orientierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und zur Begrenzung ausländischer Beteiligungen an polnischen Rundfunkanbietern. Noch im Jahre 1995 bereitete die fortschreitende Kommerzialisierung des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens den Mitgliedern des Nationalen Rundfunkrates große Sorgen. Das Gremium erwog sogar eine Beschränkung der Werbezeiten für die öffentlich-rechtlichen Programme. Nur zwei Jahre später begrüßten die Mitglieder des Nationalen Rundfunkrates ausdrücklich den Start des voll kommerziellen digitalen Musiksenders *Nur Musik (Tylko Muzyka)*, der vom Polnischen Fernsehen in Betrieb genommen wurde. Für die Lizenzierung von *Polsat* als

³¹⁷ Im Jahre 1996 bekannte der damalige Vorsitzende des Nationalen Rundfunkrates, Bolesław Sulik, offen, dass er das einzige Ratsmitglied sei, das mit politischen Aktivitäten nicht direkt in Verbindung stehe. Sulik verglich den Nationalen Rundfunkrat damals mit einem pluralistischen Mini-Parlament, dessen Entscheidungen unabhängig getroffen werden würden (vgl. Rabiej 1996b : 24).

³¹⁸ „Od początku istnienia niezależność tej instytucji była zagrożona. Rada stała się elementem gry politycznej. Tam ścierają się interesy różnych ugrupowań i ośrodków władzy politycznej.“

³¹⁹ Der damalige Vorsitzende des Aufsichtsrates des Polnischen Radios, Andrzej Długosz, erklärte 1999 öffentlich, dass sich die Zusammensetzung des Nationalen Rundfunkrates in den Aufsichtsräten und dann wiederum in den geschäftsführenden Vorständen direkt widerspiegele. „Vor den Sitzungen bekommen die Ratsmitglieder per Telefon Instruktionen, wie sie sich in bestimmten Abstimmungssituationen verhalten sollen/Przed posiedzeniami członkowie odbierają telefony z instrukcjami, jak powinni się zachować w poszczególnych głosowaniach.“ (Paczka 1999 : 14)

ersten landesweiten privaten Fernsehsender war im Jahre 1994 ganz wesentlich, dass dieser Sender im Gegensatz zu den anderen Mitbewerbern ausschließlich polnische Investoren vorweisen konnte. 1997 sprachen sich die Mitglieder des Nationalen Rundfunkrates bei ihren Beratungen zum Entwurf einer Novelle des Rundfunkgesetzes hingegen für eine Anhebung des Beteiligungslimits für ausländische Investoren an polnischen Rundfunkbetrieben von 33 auf 49 Prozent aus (vgl. Modrzejewska 1997c; Bielecki 1997; Biegluk 1996 : 6; Sobczak 1999 : 115).

Fast groteske Auseinandersetzungen sind vorprogrammiert, wenn es – aufgrund der Asynchronität zwischen den Rotationszyklen im Gremium und den parlamentarischen Legislaturperioden – dazu kommt, dass die dominierende Kraft im Parlament und damit die Regierung diametral zur politischen Orientierung der Gremiumsmehrheit steht. Erstmals entstand eine solche Situation von September 1993, nach dem Wahlsieg der Allianz von *SDL* und *PSL*, bis April 1995, dem regulären Austausch eines Ratsdrittels. Nach der Regierungsübernahme durch die Koalition des bürgerlich-konservativen Wahlbündnisses *AWS* mit der liberalen Freiheitsunion (*UW*) im Oktober 1997 entstand erneut eine solche Konstellation – allerdings unter umgekehrten politischen Vorzeichen. Im nationalen Rundfunkrat dominierte die Linke, im Sejm und im Senat hatten die bürgerlich-konservativen Kräfte die Macht.

Man kann argumentieren, dass es dem polnischen Gesetzgeber mit dieser Konstruktion gelungen ist, den Nationalen Rundfunkrat vor der direkten Einflussnahme der Regierung zu schützen. Beispielsweise ist es aufgrund des besonderen Besetzungsmodus der Regierung Buzek nicht gelungen, die Mehrheiten im Nationalen Rundfunkrat zu ändern oder den Rat abzuberufen. Angesichts der in Polen anzutreffenden, auf Einflussnahme in den Medien zielenden politischen Kultur³²⁰ und den daraus resultierenden Konsequenzen erscheint es illusorisch, daran zu glauben, dass der Nationale Rundfunkrat die im Artikel 6, Absatz 2 des Rundfunkgesetzes formulierte Aufgabe, nämlich in Abstimmung mit dem Premierminister die Richtlinien der staatlichen Rundfunkpolitik zu bestimmen, als ein autonomes Gremium erfüllen kann.

Die einzelnen Mitglieder des Nationalen Rundfunkrates, die für die Dauer des Amtes jegliche Mitgliedschaft in Parteien, Verbänden, Gewerkschafts- oder Arbeitgeberverbänden, kirchlichen Organisationen und Glaubensgemeinschaften niederlegen müssen, werden von den politischen Institutionen Sejm, Senat und Staatspräsident nominiert. Das führt dazu, dass jedes einzelne Mitglied des polnischen Nationalen Rundfunkrates zumindest mit einer politischen Orientierung assoziiert wird, oft werden auch direkte Verbindungen zu politischen Parteien festgestellt. Wie sich die Zusammensetzung des Nationalen Rundfunkrates im Laufe der Jahre entwickelte, wer die einzelnen Mitglieder einberufen hat und welche grundlegende politische Orientierung ihnen zugeordnet wurde³²¹, zeigt die folgende Tabelle³²²:

³²⁰ Dass polnische Politiker dazu neigen, Massenmedien instrumentalisieren zu wollen, wurde immer wieder bestätigt: „The media is still far from being truly independent, and many politicians want it to serve as a political trumpet.“ (Goban-Klas : 244) „Bei uns versuchen Politiker mit allergrößter Kraft, ihre eigene Presse (vor allem ihr eigenes Fernsehen) zu besitzen und zu kontrollieren/U nas, siłą rozpędu politycy usiłują mieć swoją prasę (przede wszastlim TV) i kontrolować ją.“ (Skalski 1998 : 7).

³²¹ Hierbei ist zu beachten, dass es sich lediglich um Grundausrichtungen handelt. Insbesondere im rechten Parteienspektrum können die Parteien und Parteizugehörigkeiten als relativ instabil angesehen werden.

³²² Diese offiziellen Angaben des Nationalen Rundfunkrates wurden durch die Zuordnung der Mitglieder zur politischen Orientierung ergänzt. Die Zuordnung zur politischen Orientierung wurde mit Hilfe von Dr. Marek Jachimowski, Medienexperte der

	Name des Mitglieds und seine politische Orientierung	Das berufende Organ	Dauer der Mitgliedschaft	Spezielle Funktion im Nationalen Rundfunkrat
1.	Marek Markiewicz rechter Flügel der <i>Solidarność</i>	Präsident	19.4.1993 bis 23.9.1994	Vorsitzender vom 19.4.1993 bis 1.3.1994
2.	Maciej Iłowiecki rechter Flügel der <i>Solidarność</i>	Präsident	19.4.1993 bis 23.9.1994	Stellvertretender Vorsitzender vom 19.4.1993 bis 23.9.1994
3.	Ryszard Bender erz-konservative Christlich- Nationale Vereinigung (<i>ZChN</i>)	Präsident	19.4.1993 bis 22.7.1994	Vorsitzender vom 30.3.1994 bis 21.7.1994
4.	Lech Dymarski national-konservative Bewegung für die Republik (<i>RdR</i>)	Sejm	3.4.1993 bis 2.4.1995	
5.	Marek Siwiec Linksallianz (<i>SLD</i>)	Sejm	3.4.1993 bis 10.1.19	
6.	Andrzej Zarębski rechter/liberaler Flügel der Freiheitsunion (<i>UW</i>)	Sejm	1.4.1993 bis 21.4.1999	Sekretär vom 19.4.1993 bis 21.4.1999
7.	Bolesław Sulik rechter/liberaler Flügel der Freiheitsunion (<i>UW</i>)	Sejm	3.4.1993 bis 21.4.1999	Stellvertretender Vorsitzender vom 10.5.1995 bis 28.12.1995 Vorsitzender vom 28.12.1995 bis 21.4.1999
8.	Ryszard Miazek Bauernpartei (<i>PSL</i>)	Senat	1.4.1993 bis 10.5.1996	Stellvertretender Vorsitzender vom 11.1.1996 bis 10.5.1996
9.	Jan Szafraniec erz-konservative Christlich- Nationale Vereinigung (<i>ZChN</i>)	Senat	1.4.1993 bis 5.4.1995	
		Präsident	14.4.1995 bis 18.4.1999	
10.	Janusz Zaorski rechter Flügel der <i>Solidarność</i>	Präsident	22.7.1994 bis 10.5.1995	Vorsitzender vom 22.7.1994 bis 10.5.1995
11.	Tomasz Kwiatkowski rechter Flügel des Bürgerkomitees	Präsident	26.9.1994 bis 10.4.1995	
12.	Henryk Andracki rechte/konservative Ausrichtung	Präsident	26.9.1994 bis 18.4.1997	
13.	Witold Graboś Linksallianz (<i>SLD</i>)	Senat	5.4.1995 bis 5.4.2001	Stellvertretender Vorsitzender vom 14.10.1998 bis 6.7.1999
14.	Michał Strąk Bauernpartei (<i>PSL</i>)	Sejm	3.4.1995 bis 2.4.2001	

Schlesischen Universität in Katowice, vorgenommen. Vgl. hierzu: URL: www.krrit.gov.pl/stroynykrrit/historia.html, Stand: 8. Mai 2002.

15.	Marek Jurek erz-konservative Christlich-Nationale Vereinigung (<i>ZChN</i>)	Präsident	10.5.1995 bis 09.5.2001	Vorsitzender vom 10.5.1995 bis 28.12.1995
16.	Robert Kwiatkowski Linksallianz (<i>SLD</i>)	Sejm	16.2.1996 bis 2.4.1997	
		Präsident	19.4.1997 bis 25.6.1998	
17.	Witold Knychalski Bauernpartei (<i>PSL</i>)	Senat	12..1996 bis 1.4.1997	
18.	Jan Sęk Bauernpartei (<i>PSL</i>)	Senat	3.4.1997 bis 2.4.2003	Stellvertretender Vorsitzender seit 13.7.1999
19.	Adam Halber Linksallianz (<i>SLD</i>)	Sejm	10.4.1997 bis 9.4.2003	
20.	Waldemar Dubaniowski Linksallianz (<i>SLD</i>)	Präsident	11.9.1998 bis 18.4.2003	
21.	Juliusz Braun rechter/liberaler Flügel der Freiheitsunion (<i>UW</i>)	Sejm	21.4.1999 bis 20.4.2005	Vorsitzender seit 6.7.1999
22.	Jarosław Sellin erz-konservative Christlich-Nationale Vereinigung (<i>ZChN</i>)	Sejm	21.4.1999 bis 20.4.2005	
23.	Włodzimierz Czarzasty Linksallianz (<i>SLD</i>)	Präsident	10.5.1999 bis 9.5.2005	Sekretär seit 23.3.2000
24.	Aleksander Łuczak Bauernpartei (<i>PSL</i>)	Sejm	11.4.2001 bis 11.4.2007	
25.	Lech Jaworski rechte/konservative Ausrichtung	Senat	25.4.2001 bis 25.4.2007	
26.	Danuta Waniek Linksallianz (<i>SLD</i>)	Präsident	15.5.2001 bis 15.5.2007	

2. Der polnische Hörfunkmarkt

Nach dem politischen Wechsel im Jahre 1989 setzte auf dem polnischen Radiomarkt Anfang der neunziger Jahre ein bemerkenswerter Boom ein. Zu dem damals noch staatlichen Monopolisten im Äther, *Polskie Radio*, gesellte sich innerhalb weniger Monate Konkurrenz. Die Radiosender, oft Ein-Mann-Betriebe, schossen wie Pilze aus dem Boden. Nach Jahrzehnten verordneter Homogenität wollten damals zahlreiche gesellschaftliche Gruppen Radio machen: die Kirche, verschiedene Vereinigungen, Unternehmen, Stiftungen, Privatpersonen, Universitäten – selbst die kleinsten Gemeinden verlangten nach eigenen Radiosendern (vgl. Modrzejewska 1999 : 197; Błaszczak 2000b).

Ein zentraler Faktor für die Entwicklung des Hörfunks, und insbesondere des privaten Hörfunk-Sektors, war das Volumen des Werbemarktes und der Anteil, den der Hörfunk daraus schöpfen konnte. Im Vergleich zu anderen Medien-Sektoren spielte der Hörfunk bei der Verteilung der Werbebudgets eine relativ untergeordnete Rolle. Der Anteil des Hörfunks am Werbemarkt betrug im Jahre 1995 beispielsweise 8,1 Prozent und im Jahre 2001 6,3 Prozent³²³ (vgl. Bujko 1999 : 112; Słaby 2001).

Eine zusätzliche Grenze, die der Entwicklung des privaten Rundfunks gesetzt war, stellte die Sendekapazität in den einzelnen Regionen dar. Die Situation war paradox: In Ballungsgebieten und in Regionen, in denen die Wirtschaft und somit auch die Werbewirtschaft florierte, gab es nicht ausreichend viele Frequenzen. In strukturell unterentwickelten und kapitalschwachen Regionen hingegen gab es einen Überschuss (vgl. Jędrzejewski 1999 : 156).

Die ersten Sendelizenzen für Radiosender wurden vom Nationalen Rundfunkrat ab Juni 1993 vergeben. Im ersten Lizenzvergabe-Verfahren (Mitte 1993 bis Mitte 1994) waren es 161, im zweiten Lizenzvergabe-Verfahren (Anfang 1995 bis 1997) 32. Auch nach diesen beiden Verfahren hat der Nationale Rundfunkrat weitere Sendelizenzen vergeben. Im Jahre 2001 war ein Großteil der im Hörfunk-Sektor maximal sieben Jahre gültigen Sendelizenzen erloschen. 130 Sendelizenzen wurden damals erneuert. Zehn ehemalige Lizenzhalter haben sich um eine Erneuerung ihrer Sendelizenz gar nicht bemüht³²⁴.

2. 1. Das öffentlich-rechtliche Polnische Radio

Das ehemals in den Strukturen der staatlichen Organisationseinheit *Polskie Radio und Telewizja* verankerte Polnische Radio (*Polskie Radio*) wurde nach der Rundfunkreform am 31. Dezember 1993 in eine landesweite und in 17 eigenständige regionale öffentlich-rechtliche Ein-Personen-Aktiengesellschaften des Staates umgewandelt. All diese Gesellschaften werden durch separate Aufsichtsräte kontrolliert und durch separate geschäftsführende Vorstände verwaltet (vgl. Jędrzejewski 1999 : 149; Modrzejewska 1994). Der

³²³ Der Rückgang der Anteils am Werbemarkt bedeutet aber nicht, dass die Hörfunksender im Jahre 2001 weniger verdient hätten. Die jährlichen Werbeetats sind bis 2001 kontinuierlich gewachsen. Siehe hierzu Kapitel VII, Abschnitt 1.

³²⁴ Die Angaben stammen von Anna Szydłowska, Direktorin des Büros des Vorsitzenden des Nationalen Rundfunkrates. Briefe vom 28. Juni 2002 sowie vom 4. Juli 2002.

Restrukturierung und Dezentralisierung des Polnischen Radios ging ein langwieriger Prozess voraus, bei dem das Vermögen des Senders inventarisiert und aufgeteilt wurde und in den einzelnen Abteilungen der Sendeanstalt zahlreiche Personaländerungen vorgenommen wurden. Mit mehr als 1.800 Angestellten³²⁵ in der Warschauer Zentrale verblieb das Polnische Radio auch nach seiner Aufspaltung der größte Radiosender in Polen (vgl. Mielczarek 1998 : 140).

Finanziert wird das öffentlich-rechtliche Polnische Radio durch Rundfunkgebühren, Werbeeinnahmen sowie staatliche Zuschüsse für Bildungsprogramme und den Auslandsservice. Bei der Finanzierung gilt es, zwischen dem landesweiten Polnischen Radio mit seiner Zentrale in Warschau und den über das ganze Land verteilten regionalen Anstalten zu unterscheiden. Während sich die Warschauer Zentrale in der relativ vorteilhaften Situation befindet, dass ihre Kosten zu 85 Prozent durch Rundfunkgebühren gedeckt werden, deckt das Gebührenaufkommen, das den einzelnen regionalen Sendern des Polnischen Radios zugestanden wird, bei weitem nicht deren Kosten. Sie sind gezwungen, ihre Budgets durch Werbeeinnahmen zu ergänzen, was im Durchschnitt 30 bis 40 Prozent des gesamten Jahresbudgets ausmachen kann (vgl. Jędrzejewski 1999 : 154; Mielczarek 1998 : 145). „Dies hat zur Folge, daß sie [die einzelnen regionalen öffentlich-rechtlichen Sender – K. H.] *nolens volens* einige Elemente der Marktorientierung übernommen haben.“ (Jędrzejewski 1999 : 149) Viele regionale Sender, vor allem jene, die in wirtschaftsschwachen Gebieten angesiedelt sind, befinden sich permanent in einer schwierigen finanziellen Situation. Aus diesem Grunde bezeichnete der Vorsitzende des Aufsichtsrates des Polnischen Radios, Andrzej Długosz, die Entlassung der 17 regionalen Anstalten in die Eigenständigkeit als einen großen Fehler, der bei der Rundfunkreform gemacht worden sei (vgl. Paczka 1999 : 14). Auch Eugeniusz Smolar, Vize-Vorsitzender des geschäftsführenden Vorstandes des Polnischen Radios, beklagte 1998 die sehr schlechte finanzielle Situation der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten: „Das Polnische Radio hält seit längerer Zeit seinen Betrieb mit Bankkrediten aufrecht.“³²⁶ (Adamczyk 1998c : 7)

Im Wettbewerb mit privaten Sendern befindet sich das öffentlich-rechtliche Polnische Radio seit Anfang der neunziger Jahre. Die einzelnen Programme des Polnischen Radios richten sich sowohl an das Massenpublikum als auch an Hörer mit speziellen Interessen. Das Polnische Radio verfolgt hierbei die übliche Strategie der Programmdiversifizierung.

Das erste Programm – PR 1

Das erste Programm des Polnischen Radios war ehemals der am meisten gehörte Radiosender in Polen und konnte im Jahre 2001 unter allen öffentlich-rechtlichen Radioprogrammen noch immer die höchste Hörerschaft verzeichnen³²⁷. *PR 1* richtet sich traditionellerweise an alle polnischen Zuhörer und in hohem Maße an die polnische Landbevölkerung. Das erste Programm gilt als der *universelle* Kanal und als das

³²⁵ Darunter rund 700 Redakteure und Journalisten. Erwähnenswert ist ebenfalls, dass in den neunziger Jahren rund 300 Personen bei den Orchestern des Polnischen Radios beschäftigt waren (vgl. Mielczarek 1998 : 143).

³²⁶ „Polskie Radio od dłuższego już czasu utrzymuje się z kredytów bankowych.“

³²⁷ Im Jahre 1994 erreichte *PR 1* rund 60 Prozent aller polnischen Hörer (vgl. Mielczarek 1998 : 157). Im Jahre 2001 waren es noch 19,1 Prozent (vgl. *Radio* 2000 : 96).

Aushängeschild des öffentlich-rechtlichen Polnischen Radios, der für die Grundversorgung der Hörer mit Informationen aus dem In- und Ausland zuständig ist. Gleichzeitig stellt *PR 1* eine Plattform für politische Diskussionen dar (Jędrzejewski 1999 : 152; Mielczarek 1998 : 140; Sobczak 1999 : 117). „Es ist die Aufgabe dieses am häufigsten genutzten Programms, die Absichten der Gesetzgeber und der Regierung zu vermitteln und über Gesetzesinitiativen, aber auch über Bemühungen, diese in die Realität umzusetzen, zu informieren.“ (Jędrzejewski 1999 : 151). *PR 1* übernimmt Aufgaben der politischen Bildung und präsentiert im Kulturbereich den klassischen Kanon der Literatur und Musik, zum Teil auch der Popmusik. Einige Sendungen des ersten Programms haben eine lange Tradition, dazu zählt beispielsweise die 1955 ins Leben gerufenen Sendung *Aus dem Land und aus der Welt (Z kraju i ze świata)*. Unter den Hörern des ersten Programms überwiegen ältere Personen über 50 Jahre, Personen mit niedriger Schul- und Berufsausbildung, Landbewohner und Personen mit geringem Einkommen (Jędrzejewski 1999 : 151; Sobczak 1999 : 117f.).

Das zweite Programm – PR 2

Das zweite Programm des Polnischen Radios, das seit 1949 existiert, ist der traditionelle Kulturkanal. In *PR 2* werden überwiegend Literaturthemen und Theateraufführungen behandelt und es wird ernste Musik präsentiert. Über 200 Konzerte, darunter die bedeutendsten polnischen und internationalen Festivals, werden jedes Jahr im zweiten Programm des Polnischen Radios ausgestrahlt (vgl. Mielczarek 142; Sobczak 1999 : 119f.). „Die Hauptaufgabe des ‚Zweiten Programms‘ liegt in der langfristigen Sicherung und Dokumentation der größten Errungenschaften der polnischen Kultur in den Bereichen der klassischen Musik, des Dramas und der Literatur.“ (Jędrzejewski 1999 : 152) Die Besonderheit des zweiten Programms des Polnischen Radios beruht auf seiner besonderen Verantwortung gegenüber der polnischen Kultur, unter anderem als Mäzen hervorragender polnischer Künstler (vgl. Sobczak 1999 : 119).

Das dritte Programm – PR 3

Beim dritten Programm des Polnischen Radios handelt es sich um einen Informationskanal, der sich einerseits durch aktuelle Berichterstattung auszeichnet, andererseits Schwerpunktthemen behandelt. Das Format von *PR 3* könnte als *News-and-Talk* charakterisiert werden, wobei nicht nur Wort, sondern auch anspruchsvolle Musik sowie Unterhaltung in Form von Kabarett und Satire angeboten werden. Dieses Programm wird zumeist von Personen mit höherer Ausbildung, von in Ballungsräumen wohnenden Zuhörern sowie von Personen mit höheren Einkommen genutzt (vgl. Jędrzejewski 1999 : 152; Mielczarek 1998 : 142).

Das vierte Programm – Radio Bis

Das vierte Programm war schon immer der Bildungs- und Erziehungskanal des Polnischen Radios. In den neunziger Jahren wurde immer deutlicher, dass das althergebrachte Konzept modernisiert werden musste. Es entstand *Radio Bis*, ein Bildungskanal, der sich allerdings nicht grundlegend von seinem Vorgänger unterscheidet. *Radio Bis* richtet sich in erster Linie an Kinder und Jugendliche sowie Hörer, die ihr

Allgemeinwissen erweitern möchten und sich für Populärwissenschaften interessieren. Das Programm ist als eine Plattform für die Breitenbildung konzipiert, mit deren Hilfe sich die Zuhörer in den Bereichen Wissenschaft, Kunst, Geschichte, Literatur, Musik und durch spezielle berufliche und außerberufliche Kursprogramme weiterbilden können. Im Gegensatz zum althergebrachten Konzept, in dem der Erziehungsauftrag im Vordergrund stand, strebt *Radio Bis* einen lebhaften Dialog mit seinen Zuhören an, und zwar durch Diskussionen und Mitmachsendungen zu verschiedenen Themen. Ein besonderes Programmelement von *Radio Bis* sind Übertragungen aus dem Sejm sowie eine auf einer Empfehlung des Nationalen Rundfunkrates beruhende Sondersendung, in der Vertreter von Parteien, die bei den letzten Parlamentswahlen mehr als 400.000 Stimmen erhalten haben, ihre Ansichten zu aktuellen politischen, wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Entwicklungen darlegen können (vgl. Jędrzejewski 1999 : 152f.; Mielczarek 1998 142f.; Sobczak 1999 : 122).

Das fünfte Programm – Radio Polonia

Analog zu den meisten europäischen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bietet auch das Polnische Radio ein Programm an, das sich an im Ausland lebende Hörer richtet und dessen historische Wurzeln sogar bis zum Jahre 1928 zurückreichen. Der Zuschnitt und das strategische Konzept von *Radio Polonia* wurden Anfang der neunziger Jahre geändert. Der polnische Auslandssender beendete seine *sozialistische Mission* in Richtung Westen und leitete eine Reorientierung in Richtung Osten an (vgl. Zegarłowicz 1999 : 132). Zwischen 1990 und 1992 wurden folgende Redaktionen geschlossen: die arabische, spanische, französische, italienische, schwedische und finnische. Stattdessen wurden neue Redaktionen eingerichtet, die nun litauische, ukrainische, weißrussische, tschechische und slowakische Beiträge produzieren. Geblieben sind die Redaktionen, die für englisch-, deutsch- und russischsprachige Hörer und Esperanto-Kenner Beiträge erstellen³²⁸.

Neben der nahe liegenden Aufgabe, im Ausland lebende Hörer über die aktuellen Entwicklungen in Polens Politik, Wirtschaft, Gesellschaft zu informieren, hat das Auslandsprogramm zwei weitere Aufgaben zu erfüllen: Es soll die polnische Kultur fördern und zudem eine Botschafterrolle wahrnehmen. „Die Aufgabe dieses Programms ist es, das Ansehen des gegenwärtigen Polens weltweit zu stärken und zu festigen sowie die Kontakte zu im Ausland lebenden Polen zu pflegen.“ (Jędrzejewski 1999 : 153). *Radio Polonia* ist über Kurzwelle oder Satellit zu empfangen, ausgesuchte Sendungen werden außerdem von dem in London ansässigen *World Radio Network* ausgestrahlt.

Die regionalen Programme

Die rund 2.000 Mitarbeiter der 17 eigenständigen regionalen Anstalten des Polnischen Radios produzieren regionale Programme, die auf UKW-Frequenzen ausgestrahlt werden. Es existieren folgende Abteilungen:

³²⁸ Vgl. hierzu: www.radio.com.pl/polonia/65lat/historia.htm, Stand: 8. August 2002 sowie www.radio.com.pl/polonia/, Stand: 8. August 2002.

Radio dla Ciebie (Warszawa/Warschau), *Radio Białystok*, *Radio Gdańsk* (Danzig), *Radio Katowice* (Kattowitz), *Radio Kielce*, *Radio Koszalin* (Koslin), *Radio Kraków* (Krakau), *Radio Lublin*, *Radio Łódź* (Lodz), *Radio Mercury* (Posen/Poznań), *Radio Olsztyn* (Allenstein), *Radio PiK* (Rzeszów), *Radio Szczecin* (Stettin), *Radio Wrocław* (Breslau), *PRO FM* (Opole/Oppeln) sowie *Radio Zachód* (Zielona Góra/Grünberg)³²⁹.

Die regionalen Anstalten haben in erster Line die Aufgabe, einen Informationsdienst für ihre Region anzubieten. Darüber hinaus liefern sie für die landesweite Zentrale des Polnischen Radios in Warschau Informationen über regionale Ereignisse. Auf diese Weise sollen die aktuellen, gesellschaftlichen oder kulturellen Besonderheiten einer Region auch in anderen Landesteilen Beachtung finden (vgl. Jędrzejewski 1999 : 154; Mielczarek 1998 : 143; Sobczak 1999 : 125).

Der besondere Auftrag des Polnischen Radios

Ähnlich wie andere öffentlich-rechtliche Rundfunkinstitutionen in Europa, hat auch das Polnische Radio einen Katalog spezifischer Aufgaben definiert, die es als eine öffentlich-rechtliche Anstalt gegenüber der Gesellschaft zu erfüllen hat.

Der ehemalige stellvertretende Vorsitzende des Polnischen Radios, Stanisław Jędrzejewski (1999 : 149) identifizierte drei zentrale Aufgaben:

1. die Informationsfunktion
2. die Förderung und Bewahrung der polnischen Kultur
3. den Bildungs- und den Beratungsauftrag.

Inhaltlich sind die Programme des Polnischen Radios dazu verpflichtet, sich auf allgemein akzeptierte positive Grundsätze und Werte zu berufen und sich für die Stärkung demokratischer Institutionen und Einstellungen einzusetzen. Das Polnische Radio soll pluralistisch sein und die verschiedenen Verhaltensweisen, Anschauungen und Positionen, die in der polnischen Gesellschaft existieren, widerspiegeln. Dabei soll es dazu beitragen, dass die polnischen Hörer „die polnische Staatsräson begreifen“ (Jędrzejewski 1999 : 150). Eine besondere Verantwortung hat das Polnische Radio außerdem bei der Pflege polnischer Traditionen und der Förderung von Kultur, Wissenschaft und Bildung, insbesondere der Pflege der polnischen Sprache.

Jędrzejewski (1999 : 154) grenzte das Profil und den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Polnischen Radios klar von kommerziellen Anbietern ab: „Der öffentlich-rechtliche Charakter der Programme [macht] diese weniger anfällig für die Gesetze des freien Marktes und wirkt dem verführerischen Gedanken entgegen, sich diesen Gesetzen unterzuordnen. Schließlich verläuft die öffentliche Debatte in den öffentlich-rechtlichen Medien. Der öffentlich-rechtliche Hörfunk bietet nicht nur Musik, Information, Hörspiel und Werbung, sondern bildet auch ein Forum für gesellschaftliche Gedanken und Ideen, den Austausch von Emotionen

³²⁹ Vgl. hierzu: www.krrit.gov.pl/stronykrrit/nadawcy/polygramyrrp.htm, Stand: 19. 6. 2002.

sowie ästhetische und intellektuelle Erlebnisse.“ Jędrzejewski (1999 : 154) definierte eine weitere wichtige Aufgabe des Polnischen Radios, die im Kontext der spezifischen Situation eines Landes und einer Gesellschaft in der Transformation verstanden werden muss: „In einer Situation verschiedener Wertesysteme und Meinungspluralität liegt die Hauptaufgabe des Polnischen Radios darin, gemeinsam mit seinen Zuhörern nach Werten und Ideen zu suchen, die – miteinander verknüpft – einen Minimalkonsens bilden können.“

2. 2. Die privaten Hörfunksender

2. 2. 1. Kommerzielle Hörfunksender

Landesweite Sender

Seit 1994 existieren in Polen zwei privatkommerzielle Radiosender, die als landesweite Sender eingestuft werden können: *Radio RFM* in Krakau und *Radio Zet* in Warschau. Beide haben ihre Sendelizenz im ersten Lizenzvergabe-Verfahren erhalten.

Radio RMF

Das 1989 in Krakau entstandene *Radio RMF* war der erste private Radiosender, der eine landesweite Lizenz erhalten hat. Das geschah am 26. Mai 1994. *Radio RMF* befand sich damals zu 60 Prozent im Besitz der Krakauer Stiftung für Gesellschaftliche Kommunikation (*Krakowska Fundacja Komunikacji Społecznej*)³³⁰ und zu 40 Prozent im Besitz der staatlichen Industrie- und Handelsbank (*Bank Przemysłowo-Handlowy*). 1998 übernahm die Stiftung für Gesellschaftliche Kommunikation alle Anteile (vgl. Mielczarek 1998 : 145f.; *Katalog 2000* : 373; Kunkiewicz 2000). *Radio RMF* beschäftigte in den neunziger Jahren rund 230 Mitarbeiter, darunter 106 Journalisten (vgl. Jabłoński/Modrzejewska 1996).

Der Sendername von *RMF* – Radio, Muzyka, Fakty (Radio, Musik, Fakten) – ist Programm. *RMF* bietet eine ausgewogene Mischung aus populärer Musik (70 Prozent) sowie Unterhaltung und aktuellen Nachrichten (30 Prozent) an. *RMF* ist insbesondere durch seine schnelle Berichterstattung und durch Live-Sendungen und Live-Übertragungen, für die der Sender spezielle Ü-Wagen angeschafft hatte, bekannt geworden (vgl. Jabłoński/Modrzejewska 1996). *RMF*-Chef Stanisław Tyczyński, von Haus aus Physiker, betont immer wieder gerne, dass sein Sender von der Politik unabhängig sei (vgl. Mielczarek 1998 : 146). Die Philosophie seines Senders beschrieb Tyczyński 1996 folgendermaßen: „Der kommerzielle Rundfunk sollte nicht in irgendwelche Missionen oder ‚spezielle Aufgaben‘ verwickelt werden. [...] das ist ein Problem öffentlich-rechtlicher Medien.“³³¹ (Biegluk 1996 : 6).

³³⁰ Diese Stiftung ist 1990 von acht *Solidarność*-Aktivisten gegründet worden, die einen unabhängigen Radiosender etablieren wollten. Auch heute wird die Stiftung von dieser Gruppe geleitet. Vgl. hierzu die RFM-Homepage: radiomuzykafakty.fm.interia.pl/historia.htm, Stand 14. Juni 2002.

³³¹ „Radiofonia komercyjna nie powinna być wplątana w żadne misje ani ‚specjalne zadania‘. [...] to problem mediów publicznych.“

Radio RMF ist zwar ein landesweiter Sender, bis zum Jahre 2001 wurde das Programm jedoch zu bestimmten Tageszeiten auseinander geschaltet und im getrennten Netzwerk ausgestrahlt. Das bedeutet, dass die einzelnen regionalen Vertretungen von *RMF* zu diesen Zeiten regionale oder lokale Programme ausstrahlten, in denen auch lokale Werbeblöcke gesendet wurden. *RFM* hat diese werbetechnisch clevere Strategie von Anfang verfolgt und bereits bei der Bewerbung um die landesweite Sendelizenz im Jahre 1993 um die Genehmigung gebeten, bestimmte Programmblocke regional und lokal ausstrahlen zu dürfen. Der Nationale Rundfunkrat erteilte damals die Erlaubnis. Im Jahre 2001 wurde diese Option bei der Verlängerung der *RMF*-Sendelizenz um weitere sieben Jahre nicht mehr gewährt³³² (vgl. Mielczarek 1998 : 147; Kowalewska-Onaszkiwicz 1999 : 155; Sobczak 1999 : 129; Błaszczak 2001a; Zalewska 2001). *Radio RMF* ist es gelungen, sich zu Polens meistgehörtem Radiosender zu entwickeln. Der Marktanteil von *Radio RFM* betrug im Jahre 2001 landesweit 20,5 Prozent (vgl. *Radio* 2001 : 96). *Radio RMF* genoss in den neunziger Jahren die größte Popularität bei einer in der Werbebranche begehrten Zielgruppe: Hörern im Alter zwischen 18 und 29 Jahren, Hörern mit mittlerer oder höherer Ausbildung, Angestellten und Selbständigen sowie Personen mit höheren Einkommen (vgl. Jędrzejewski 1999 : 158; Mielczarek 1998 : 148).

Radio Zet

Der zweite bedeutende landesweite kommerzielle Anbieter in Polen ist *Radio Zet*. Der Sender wurde am 28. September 1990 von drei mit der *Solidarność* verbundenen Journalisten als *Radio Gazeta* in Warschau ins Leben gerufen und gehörte damals zu 100 Prozent der Gesellschaft Agora, die seit 1989 die erfolgreiche Tageszeitung *Gazeta Wyborcza* herausgibt. Agora trennte sich im Februar 1991 von dem Sender, der in *Radio Zet* umbenannt wurde, und übergab 90 Prozent der Anteile an dessen Mitarbeiter. In der ersten Runde des Lizenzvergabe-Verfahrens bewarb sich *Radio Zet* erfolgreich um eine der drei damals zur Verfügung stehenden landesweiten Sendelizenzen. Sie wurde am 9. Juni 1994 erteilt. In den ersten Jahren wurde *Radio Zet* von dem bekannten und als brillant geltenden Journalisten Andrzej Woyciechowski³³³ geleitet, der bis zu seinem Tod im Jahre 1995 insgesamt 88,5 Prozent der Anteile an *Radio Zet* erworben hatte (vgl. Mielczarek 1998 : 148; Styczek 2000). *Radio Zet*, dessen Leitung Woyciechowskis Witwe übernommen hat, befand sich im Jahre 2001 im Besitz der polnisch-französischen Medienholding Eurozet³³⁴.

³³² Gegen die Netzwerk-Strategie von *RMF* haben Betreiber anderer lokaler Rundfunksender von Anfang an protestiert. Sie argumentierten, dass *RMF* die lokalen Rundfunkmärkte Polens dominieren wolle und aufgrund seiner führenden Stellung auf dem Radiomarkt unfairen Wettbewerb betreibe (vgl. Mielczarek 1998 : 147). *RMF* protestierte gegen die im Jahre 2001 getroffene Entscheidung des Nationalen Rundfunkrates und argumentierte, dass dadurch 200 Mitarbeiter ihre Beschäftigung verlören und Investitionen in Höhe von 18 Millionen Neuen Polnischen Złoty (ca. 4,5 Millionen Euro) verloren gingen (vgl. Błaszczak 2001a; Zalewska 2001).

³³³ Der 1946 geborene und aus einer bekannten Journalistenfamilie stammende Woyciechowski arbeitete beim Polnischen Radio und Polnischen Fernsehen und galt als ein Ausnahmejournalist. 1981 wurde er nach Verhängung des Kriegsrechts im Rahmen der bei allen staatlichen Medien durchgeführten Säuberungen entlassen und arbeitete danach unter dem Pseudonym Pierre Vodnik für *Liberation*, *Le Monde* und *AFP*. Vgl. hierzu: www.mediamagazyn.w.interia.pl/woyciechowski.htm, Stand: 9. August 2002.

³³⁴ An dieser Medienholding sind beteiligt: 23 Prozent – Dorota Zawadowska-Woyciechowska, Witwe von Andrzej Woyciechowski; 23 Prozent – Katarzyna Woyciechowski, Tochter von Andrzej Woyciechowski; 5 Prozent – die Gesellschaft

Genau wie *Radio RFM* in Krakau pflegte der Warschauer Privatsender eine für polnische Hörer neuartige Art Radio zu machen: schnell, spontan, live und Hörer-nah. In den ersten Jahren waren es nicht professionelle Radiosprecher, sondern *normale* Leute von der Straße, die das Programm dominierten. Sie bestimmten die Themen des Tages. Im Herbst 1996 wurde das Programmkonzept geändert. Der Musikanteil, Rock und Pop der letzten 20 Jahre sowie populäre Hits, wurde auf rund 60 Prozent erhöht, der Rest setzt sich aus Information, Unterhaltung und Werbung zusammen (vgl. Mielczarek 1998 : 148f.; Styczek 2000). In den Anfangsjahren kooperierte *Radio Zet* mit anderen lokalen Rundfunkanbietern. Journalisten dieser Sender lieferten Beiträge an *Radio Zet* und auch die Werbung wurde in den jeweiligen Regionen gemeinsam akquiriert. Diese Strategie änderte sich ab Mitte der neunziger Jahre als *Radio Zet* sich bemühte, – analog zur Strategie von *Radio RMF* – vom Nationalen Rundfunkrat die Genehmigung zu erhalten, einige Programmblöcke regional und lokal ausstrahlen zu dürfen. Der Nationale Rundfunkrat verweigerte die Erlaubnis mit der Begründung, dass *Radio Zet* eine derartige Nutzung in seinem ursprünglichen Lizenzantrag nicht vorgesehen hatte. Auch bei der Verlängerung der Sendelizenz um weitere sieben Jahre im Jahre 2001 verweigerte der Nationale Rundfunkrat die Erlaubnis (vgl. Błaszczak 2001a; Mielczarek 1998 : 149). *Radio Zet* konnte in den neunziger Jahren eine begehrte, konsumorientierte Gruppe als Stammhörer gewinnen: junge Leute bis 20 Jahren, Hörer mit Hochschulbildung, Angestellte, Selbständige, Großstadtbewohner und Personen mit relativ hohem Einkommen (vgl. Jędrzejewski 1999 : 158; Mielczarek 1998 : 149; Styczek 2000). Der Marktanteil von *Radio Zet* war etwas geringer als von *Radio RFM*. Im Jahre 2001 betrug er landesweit 19,1 Prozent (vgl. *Radio* 2001 : 96). Der geringere Marktanteil mag einerseits darauf beruhen haben, dass *Radio Zet* nur landesweit und nicht in getrennten Netzen senden durfte, andererseits daran, dass die technische Reichweite des Senders lediglich 85 Prozent betragen hat (vgl. Styczek 2000).

Überregionale und regionale Sender und Sendernetzwerke

Neben den beiden gerade vorgestellten landesweiten kommerziellen Radiosendern stellen überregionale und regionale Sender sowie Stationen, die sich zu Sendernetzwerken zusammengeschlossen haben, eine bedeutende Gruppe privatkommerzieller Hörfunkanbieter dar. Zu überregionalen Sendern zählt beispielsweise *Radiostacja*³³⁵, der 1994 eine Sendelizenz bekam und dessen historische Wurzeln bis 1957 zurückreichen. Als *Rozgłośnia Harcerska* war dieser Musiksender, der als eine Sensation im kommunistischen Ostblock galt, damals vom polnischen Pfadfinder-Verband (*Związek Harcerstwa Polskiego/ZHP*) ins Leben gerufen worden (vgl. Grzelewska 2001 : 257; Więcek 2001). *Radiostacja* profilierte sich in den neunziger Jahren als ein Sender für junge Leute mit einer avantgardistischen, nicht Mainstream-orientierten Musikfarbe (Techno, Hip Hop). Da der Pfadfinder-Verband die laufenden

Manaco, bestehend aus dem Management von *Radio Zet*; 9 Prozent die Gesellschaft Kanoko; 40 Prozent die französische Gruppe Lagardere Active Radio International (LARI). Vgl. hierzu: www.eurozet.pl/struktura_udzialowa.html, Stand: 12. Januar 2002 sowie Styczek (2000).

³³⁵ *Radiostacja* sendet in Warschau, Poznań (Posen), Wrocław (Breslau), Gdańsk (Danzig), Gdynia (Gdingen) und Rzeszów (vgl. *Katalog* 2000 : 374).

Programmkosten kaum decken konnte, befand sich *Radiostacja* in permanenten Finanznöten (vgl. Kowalewska-Onaszkiwicz 1999 : 154).

Nach Verhandlungen mit verschiedenen Interessenten hat sich der Polnische Pfadfinder-Verband schließlich 1998 für die Dachgesellschaft von *Radio Zet*, Eurozet, als künftigen Partner von *Radiostacja* entschieden. Eurozet erwarb zunächst Minderheitsbeteiligungen. Bei der Verlängerung der Sendelizenz Ende August 2001 stimmte der Nationale Rundfunkrat zu, dass Eurozet insgesamt 67 Prozent der Anteile an *Radiostacja* übernimmt (vgl. Zalewska 2000c; Zalewska 2001b). Zu überregionalen und regionalen Sendern zählen außerdem die Privatsender *Radio WAWA*, *Radio TOK FM* (vorher *Inforadio*), *Radio Classic* und *Radio Jazz* (vgl. *Katalog* 2000 : 374ff.; Mielczarek 1998 : 149; Sobczak 1999 : 133).

Ein bedeutendes Netzwerk lokaler Sender stellt *Radio Eska* dar, das aus dem 1990 wieder in Betrieb genommenen *Radio Solidarność* hervorgegangen ist. Im Jahre 2001 umfasste das Radio-Netzwerk insgesamt 22 lokale Sender, die allesamt in größeren Städten angesiedelt sind. Die Sender strahlen sowohl eigenständige lokale Programme als auch gemeinsame Programm- und Werbeblöcke aus (vgl. Błaszczak 2000c; Stafiej 1999: 249; *Katalog* 2000 : 376). Die Stationen von *Radio Eska* haben ein einheitliches Format, das gleiche Marketingkonzept und einen gemeinsamen Internetauftritt³³⁶. Die Sendergruppe befindet sich im Besitz des ehemals staatlichen, in den neunziger Jahren privatisierten Unternehmens *Zjednoczone Przedsiębiorstwa Rozrywkowe/ZPR* (Vereinigte Unterhaltungsbetriebe) mit Sitz in Wrocław (Breslau). *ZPR* hatte zunächst im Jahre 1993 bei *Radio Eska* die Anteile der *Solidarność*-Stiftung übernommen. Drei Jahre später übernahm *ZPR* auch die Anteile des britischen Unternehmens *Radio Trust*, das Anfang der neunziger Jahre in *Radio Solidarność* investiert hatte. Die Vereinigten Unterhaltungsbetriebe (*ZPR*), die sich mehrheitlich im Besitz ihres Managements befinden, haben sich – neben der Gesellschaft *Agora* – im Laufe der neunziger Jahre zu einem bedeutenden polnischen Medienunternehmen mit Beteiligungen in verschiedenen Medienbranchen entwickelt³³⁷. Neben *Radio Eska* ist *ZPR* im Radio-Sektor an weiteren polnischen Stationen beteiligt und sein Chef Stanisław Benbenek machte kein Hehl daraus, dass sein Unternehmen mittelfristig das Ziel verfolge, in Polen ein weiteres landesweites Radio-Netzwerk aufzubauen (vgl. Kowalewska-Onaszkiwicz 1999 : 154; Błaszczak 2000b).

Neben *Radio Eska* gibt es auf dem polnischen Radiomarkt weitere Gruppen lokaler und regionaler Sender, die sich zusammengeschlossen haben, um bei der Akquisition von Werbung eine größere Hörerschaft und einheitliche Werbetarife anbieten zu können. Den Anfang machte *Radio na Plaży* (Radio am Strand). Im Sommer 1995 hatten sich sechs bis dahin eigenständige, an der polnischen Küste angesiedelte Lokalsender erstmals zu diesem Verband zusammengeschlossen. Diese saisonale Aktion war so lukrativ und erfolgreich, dass die Sender den Entschluss fassten, ab Herbst 1995 als Sendergruppe *Reklama na Wybrzeżu* (Werbung

³³⁶ Vgl. www.eska.com.pl, Stand: 14. Januar 2002.

³³⁷ *ZPR* ist beispielsweise Hauptanteilseigner der Pressegruppe *Media Express*, die unter anderem die erfolgreiche Tageszeitung *Super Express* herausgibt, sowie des Fachverlages *Murator*.

an der Küste) weiter zusammenzuarbeiten. Im Herbst 1995 und im Frühjahr 1996 sind weitere Netzwerke entstanden. Dazu zählen beispielsweise *Radio 7*, das sich aus sieben südpolnischen Lokalsendern zusammensetzt, *Złota Dziesiątka* (Goldene Zehn), bestehend aus zehn nordöstlichen Lokalsendern, *Multi Radio*, bestehend aus zwölf Stationen, die im ganzen Land angesiedelt sind, sowie die zwölf Sender umfassende Radioallianz *Super FM* (vgl. Hendler 1996 : 36-38; Rożyński 1996).

Die Programmformate der privatkommerziellen überregionalen und regionalen Sender und Sender-Netzwerke in Polen sind zwar unterschiedlich, die meisten überregionalen und regionalen Anbieter bieten jedoch in der Regel eine Mischung aus populärer Musik und Information. Der im Westen lange bekannte Prozess der Programmformatierung setzte in Polen ab 1996 ein. Nicht alle Versuche, ein spezielles Format zu etablieren, waren erfolgreich: Das für Autofahrer entwickelte Format von *Radio Klakson* in Wrocław (Breslau) stieß ebenso wenig auf ausreichend Hörerresonanz wie der Sender *Inforadio*, der als erster *News&Talk*-Anbieter nur Nachrichten, Berichte und Diskussionen ausstrahlte. Sehr erfolgreich waren hingegen spezielle Musikformate, beispielsweise Sender, die ausschließlich Oldies, Jazz oder klassische Musik senden (vgl. Więczorek 1996 : 4; Kowalewska-Onaszkiewicz 1999 : 155; Frydrykiewicz/Modrzejewska 1998; Sobczak 1999 : 132f.).

Lokale Sender

Der Katalog Polnischer Medien, der regelmäßig vom Krakauer Presseforschungsinstitut (*Ośrodek Badań Prasoznawczych*) herausgegeben wird, listete für 1999/2000 insgesamt 166 lokale Radiosender in Polen auf. Betrieben wurden diese Sender von Privatpersonen, Unternehmen, Universitäten und kulturellen Einrichtungen (vgl. *Katalog 2000* : 380-390). Die Verteilung lokaler Radiosender im Land ist seit Anfang der neunziger Jahre sehr ungleichmäßig und spiegelt die lokale wirtschaftliche Struktur wider. Während beispielsweise in Katowice (Kattowitz) sieben private Sender miteinander konkurrierten, existierten lediglich zwei in Częstochowa (Tschenstochau) und ein einziger in Zamość. In den dünn besiedelten Woiwodschaften Białopodlasie, Chiechanów, Krosno und Siedlce gab es überhaupt keine lokalen kommerziellen Alternativen zum öffentlich-rechtlichen Polnischen Radio (vgl. Mielczarek 1998 : 150; Kowalewska-Onaszkiewicz 1999 : 154).

Die meisten privaten Lokalsender boten im Jahre 2001 hauptsächlich Musikprogramme. Das geschah teils im Wechsel mit lokalen Nachrichten, die zumeist nur einen Bruchteil der gesamten Sendezeit ausmachten. Wenn nationale und internationale Nachrichten ins Programm mit aufgenommen wurden, wurden sie von Informationsagenturen geliefert. In den Anfangsjahren des lokalen privaten Rundfunks in Polen stellten vor allem Gewinnspiele ein wichtiges Programmelement dar. Die Musikfarbe war zunächst bei fast allen lokalen Sendern gleich und auch die Programmformate waren sehr ähnlich. Erst im Laufe der Zeit haben sich zum Teil spezielle Musik- und Wortformate herausgebildet (vgl. Gierula/Jachimowski 1999 : 210f.; Jędrzejewski 1999 : 157).

Der erfolgreichste Akteur auf dem Markt lokaler Radios war die Dachgesellschaft von *Gazeta Wyborcza*, Agora, die sich seit 1996 im Radio-Sektor engagierte und bis Ende 2001 eine 22 Sender umfassende Radiogruppe aufgebaut hatte³³⁸. Agora verfolgte die Strategie, durch die Übernahme bereits existierender Anbieter eine Gruppe lokaler Radiosender aufzubauen. Im Unterschied zu Sendernetzwerken gab es innerhalb der Agora-Gruppe keine programm- oder werbungsbezogene Integration, die einzelnen Sender kooperierten also weder im Bereich der Programmgestaltung noch bei der Werbungsakquisition. Es war in erster Linie die Agora-Gruppe, die das Konzept des Format-Radios, bei dem der Programmcharakter und die Zielgruppe präzise definiert werden, mit großem Erfolg in Polen einführte (vgl. Kowalewska-Onaszkiwicz 1999 : 154; Błaszczak 2000b; Błaszczak 2000c).

2. 2. 2. Katholische Hörfunksender

Die katholischen Rundfunksender stellen eine spezielle Kategorie dar, da sie von Anfang an einen besonderen Status genossen haben und sich in ihrer Zielsetzung von privaten kommerziellen Hörfunkanbietern unterscheiden. Der Nationale Rundfunkrat hat im ersten und zweiten Lizenzvergabe-Verfahren katholischen Hörfunkanbietern insgesamt 60 Sendelizenzen erteilt. Zunächst handelte es sich um einen landesweiten Sender, 52 diözesane Sender, zwei lokale Pfarrbezirks-Sender sowie zwei lokale klösterliche Sender. Später kamen noch zwei weitere diözesane Sender sowie ein lokaler klösterlicher Sender hinzu (vgl. Wrzeszcz 1996 : 5; Sobczak 1999 : 134).

Radio Maryja

Bei *Radio Maryja* handelt es sich nicht nur um ein polnisches Medienphänomen, sondern vielmehr um ein gesamtgesellschaftliches Phänomen, das besondere Aufmerksamkeit verdient. Der Sender mit Sitz in Toruń (Thorn) wurde im Jahre 1991 mit Hilfe finanzieller Spenden des italienischen Vorbildes *Radio Maria* von dem damals 45jährigen Pater Tadeusz Rydzyk vom Orden der Redemptoristen gegründet und geht seitdem jeden Morgen mit dem Slogan „Hier ist *Radio Maryja* – die katholische Stimme in unseren Häusern“³³⁹ auf Sendung. 1994 erhielt *Radio Maryja* vom Nationalen Rundfunkrat die Lizenz für die landesweite Verbreitung seines Programms (vgl. Wrzeszcz 1996 : 5; Ikonowicz 2001 : 28). Eigentlich hatte Pater Rydzyk in der ersten Runde des Lizenzvergabe-Verfahrens lediglich die Konzessionierung der bestehenden Stationen

³³⁸ Diese Information stammt von Grażyna Karpowicz, Mitarbeiterin der Radioabteilung von Agora. E-Mail vom 26. August 2002. Zu der Radiogruppe gehören *Radio Pogoda* und *Radio 103,7 Klasyka FM* (Warschau), *Radio 88,4 FM*, *Radio 103,4 POP FM* und *Radio 93,5 Klasyka FM* (Poznań/Posen), *Radio Wanda* (Krakau), *Radio Kolor* (Wrocław/Breslau), *Radio na fali 89,8 FM* (Szczecin/Stettin), *Radio Karolina* und *Radio 93,6 POP FM* (Katowice/Kattowitz), *Radio Trefl* (Gdańk/Danzig, Gdynia/Gdingen, Sopot), *Radio Elita* und *Radio Pomoże* (Bydgoszcz/Bromberg), *Radio RES 95,7 FM* (Rzeszów), *Radio O!le 92,8 FM* (Opole/Oppehn), *Radio C* (Częstochowa/Tschęstochau), *Twoje Radio Jelenia Góra* (Jelenia Góra), *Twoje Radio Wałbrzych* (Wałbrzych), *Radio Puls* (Lublin), *Radio Echo* (Nowy Sącz), *Radio Mazowsze* (Łomianki) sowie *Radio Wielkopolska* (Śrem). Vgl. hierzu auch URL: www.agora.pl/agora_pl/633414,23095,604959.html?menu=2, Stand: 15. Mai 2002.

³³⁹ „Tu Radio Maryja – katolicki głos w naszych domach.“ (vgl. Habryń 1999 : 133)

von *Radio Maryja* beantragt. Der damalige Vorsitzende des Nationalen Rundfunkrates, Marek Markiewicz, entschied aber, Rydzyks Antrag als eine Bewerbung um eine nationale Lizenz zu behandeln. Der damals konservativ dominierte Nationale Rundfunkrat vertrat die Auffassung, dass in der polnischen Gesellschaft ein starkes Bedürfnis nach einem religiösen Sender existiere. Im Jahre 2001 wurde die Lizenz des katholischen Senders erneuert. *Radio Maryja* genießt den Status eines *gesellschaftlichen Senders*³⁴⁰ (vgl. Lubelska 1999 : 72; Czaczkowska 2002).

Im Gegensatz zu anderen katholischen Sendern in Polen ist *Radio Maryja* erfolgreich: Im Jahre 2000 war es das viertbeliebteste Radioprogramm, im Jahre 2001 stand es mit 3,2 Prozent Hörermarktanteil an fünfter Stelle der meistgehörten Radios³⁴¹ (vgl. *Radio* 2000a; *Radio* 2001). Dass *Radio Maryja*, dessen Programm sich zu großen Teilen aus Messen, Katechismen, stundenlang gebeteten Rosenkranz und liturgischen Gesängen zusammensetzt, so erfolgreich werden würde, hätte Anfang der neunziger Jahre wohl kaum jemand erwartet. Der Erfolg ist dem charismatischen Pater Rydzyk zu verdanken, der sein Projekt mit missionarischem Eifer betrieben hat. Öffentlich erklärte Rydzyk, dass sein Konzept auf die Erlebnisse, die er während seiner sechsjährigen Tätigkeit im bayrischen Oberstaufen gemacht habe, zurückzuführen sei: „Ich habe den materiellen Reichtum und seine geistige Armut kennengelernt und verstanden, daß das nicht der richtige Weg ist.“ (Heller 1997 : 2)

Radio Maria setzt in erster Linie auf zwei Schlagworte – Gott und die Nation – und gibt damit Millionen Menschen, die sich durch die politischen und sozialen Veränderungen verunsichert und orientierungslos fühlen, Halt und ein Gefühl der Gemeinschaft. Pro Gott und pro Nation bedeutet aber auch, dass *Radio Maryja* alles bekämpft, was in den Augen der Betreiber diesen Gütern gefährlich sein könnte: den *Ausverkauf*³⁴² Polens, den westlichen Laizismus, den Liberalismus und vor allem die Europäische Union (vgl. Czaczkowska 2002; Heller 1997; Leman 2001 : 23). Zu den Feindbildern des Senders zählen ferner: Juden, Freimaurer, Linke und Ausländer (vgl. Olejnik 2001 : 37; Lubelska 1999 : 73). „Es ist ein Sender, der einfache Antworten auf komplizierte Fragen hat.“³⁴³ (Ikonowicz 2001 : 27)

Radio Maryja ist vor allem ein Sender, der die polnische Gesellschaft, polarisiert: Für seine Anhänger ist *Radio Maryja* die Stimme der Nation, die die polnischen Interessen, die Traditionen und die Kultur verteidigt und dafür aufrichtig kämpft. Für seine Gegner ist es ein autoritärer, intoleranter, antisemitischer, ausländerfeindlicher und religiös-fundamentalistischer Sender (vgl. Olejnik 2001 : 37; Lubelska 1999 : 72). Das negative Image verdankt *Radio Maryja* zum einen seiner abendlichen Diskussionssendung *Rozmowy niedokończzone* (Unbeendete Gespräche), in der Hörer zu Wort kommen und in der nicht selten ausgesprochen nationalistische, patriotische, antisemitische und ausländerfeindliche Sprüche gedroschen

³⁴⁰ Da *Radio Maryja* keine Werbung ausstrahlt, deckt der Sender seine Betriebskosten von etwa zwei Millionen neuen Polnischen Złoty (rund 500.000 Euro) pro Monat ausschließlich durch Spenden (vgl. Czaczkowska 2002).

³⁴¹ Der katholische Sender wurde zumeist von Hörern im Alter von über 50 Jahren und Hörern mit einfacher Bildung genutzt, rund drei Viertel davon waren Frauen. 26 Prozent der Hörer waren Rentner, 23 Prozent Landwirte (vgl. Jędrzejewski 1999 : 158; Lubelska 1999 : 73; Ikonowicz 2001 : 27).

³⁴² Beispielsweise warnte *Radio Maryja*, dass irische Juden eine polnische Zuckerfabrik aufkaufen würden (vgl. Lubelska 1999).

³⁴³ „Jest to radio, które ma proste odpowiedzi na trudne pytania.“

werden. Zum anderen fällt der Tonfall von *Radio Maryja* in der politischen Argumentation mitunter rabiat und radikal aus: Beispielsweise verlangte *Radio Maryja*, dass alle Parlamentarier, die für eine Liberalisierung des Abtreibungsgesetzes gestimmt haben, genauso wie Prostituierte, die sich mit Hitler-Soldaten abgegeben hatten, kahl geschoren werden sollten (vgl. Olejnik 2001 : 37; Heller 1997 : 2; Lubelska 1999 : 72).

Die polnische katholische Kirche lobt *Radio Maryja* einerseits als ein „devotes Radio im besten Sinne des Wortes“ (Kowol 1999 : 242), andererseits geht sie zu Rydyks Sender auf Distanz. Beispielsweise hat Bischof Tadeusz Pieronek, Sekretär der polnischen Bischofskonferenz, wiederholt betont, dass die politischen Kommentare des Senders nicht die offizielle Position der Kirche wiedergeben. Mehrfach kritisierte Pieronek vor allem das umstrittene Talk-Programm *Rozmowy niedokończone* (vgl. Heller 1997 : 2; Habryń 1999 : 136). Im Herbst 1995 sah sich die polnische Bischofskonferenz sogar gezwungen, eine öffentliche Erklärung abzugeben, in der sie ihr Bedauern zum Ausdruck brachte, dass *Radio Maryja* während des Präsidentschaftswahlkampfes Unwahrheiten und sogar Verleumdungen über die Präsidentschaftskandidaten³⁴⁴ verbreitet hatte (vgl. Kowol 1999 : 243).

³⁴⁴ Das bezog sich in erster Linie auf Aleksander Kwaśniewski. Als er die Wahlen gewonnen hat, verlangte *Radio Maryja*, dass das Oberste Gericht die Wahlen für ungültig erklären sollte (vgl. Olejnik 2001 : 37).

Radio Maryja hat sich zu einem wohl organisierten medialen Unternehmen³⁴⁵ und einem gesellschaftlichen Netzwerk mit stabilen Strukturen entwickelt. In fast jeder der rund 2.500 Gemeinden und der rund 800 Städte Polens haben sich die Anhänger des Radiosenders zusammengeschlossen und engagierten sich vor Ort und auch darüber hinaus als Mitglieder der *Familie von Radio Maryja*. Für sie wird jeden Monat das Magazin *Przyjaciele Radia Maryja* (Die Freunde von *Radio Maryja*) herausgegeben (vgl. Kowol 1999 : 242; Czackowska 2002). Auf diesen Fundamenten ist *Radio Maryja* in den neunziger Jahren zu einer gesellschaftlichen Bewegung gewachsen (vgl. Czackowska 2002; Lubelska 1999 : 72). Pater Rydzyk und seinem Sender gelang es in den neunziger Jahren mühelos, für die zahlreichen Aktionen, zu denen *Radio Maryja* aufgerufen hatte, bis zu vier Millionen Menschen zu mobilisieren. Beispielsweise versammelten sich in den Jahren 1996 und 1997 Rydzyks Anhänger wiederholt vor dem Sejm, um gegen das Projekt einer neuen Verfassung³⁴⁶ zu demonstrieren (vgl. Olejnik 2001 : 37). Der Sender engagierte sich in allen Wahlkampagnen und hatte in den Jahren der Regierung Buzek eine Gruppe seiner Vertreter in der Wahlaktion *Solidarność (AWS)* versammelt. Bei den Parlamentswahlen im Herbst 2001 konnten 36 mit *Radio Maria* verbundene Kandidaten der Liga der polnischen Familien (*Liga Polskich Rodzin*) in den polnischen Sejm einziehen (vgl. Czackowska 2002). „Man kann *Radio Maryja* nicht mögen, man kann mit ihm nicht übereinstimmen, und sogar darüber lachen. Aber man kann es nicht unterschätzen.“³⁴⁷ (Lubelska 1999 : 72).

Der Sender *Radio Maryja* und sein Gründer erweiterten ihr Wirkungsfeld kontinuierlich: Im Februar 1998 gründete Pater Rydzyk in Lublin das Institut für Nationale Bildung (*Instytut Edukacji Narodowej*), das landesweit Vorlesungen, Symposien und Seminare anbietet³⁴⁸. 1999 startete das Institut ein dreijähriges Journalistik-Fernstudium, bei dem die Studierenden die Vorlesungen im Radio verfolgen und außerdem Veranstaltungen besuchen, die im ganzen Land organisiert werden. Im Wintersemester 2001/2002 haben außerdem 150 Studierende ihre Ausbildung an der neu gegründeten Höheren Schule der Gesellschaftlichen und Medialen Kultur (*Wyższa Szkoła Kultury Społecznej i Medialnej*) in Toruń aufgenommen, deren Rektor Tadeusz Rydzyk ist (vgl. Czackowska 2002; Olejnik 2001 : 36).

Das Sendernetzwerk Radio Plus

Radio Plus war ein Netzwerk von zunächst 16 diözesanen katholischen Sendern und wurde auf Initiative von Waldemar Gasper, des zum Umfeld der so genannten *Pampers-Träger*³⁴⁹ zählenden Beraters des ehemaligen Ministerpräsidenten Jerzy Buzek, im Jahre 1997 ins Leben gerufen (vgl. Zalewska 2001e; Oljasz 1998c;

³⁴⁵ *Radio Maryja* hat starke Bindungen zu der Tageszeitung *Nasz Dziennik*. Der Sender unterhält ferner eine Filmproduktionsfirma (*Lux Veritatis*) und einen Buchverlag (*Nasza księgarnia*) (vgl. Czackowska 2002).

³⁴⁶ Die Aktionen gegen die neue Verfassung wurden mit einem modernen Kreuzzug verglichen. *Radio Maryja* argumentierte damals, dass das Verfassungsprojekt eine Bedrohung der christlichen Tradition des polnischen Volkes darstelle, da in ihm weder der Schutz des ungeborenen Lebens noch die Souveränität des Landes verankert worden waren (vgl. Heller 1997 : 2).

³⁴⁷ „*Radia Maryja* można nie lubić, można się z nim niezgadzać, a nawet je wyśmiewać. Nie można go lekceważyć.“

³⁴⁸ Zu dem thematischen Spektrum der angebotenen Kurse zählen unter anderem: Polen am zivilisatorischen Scheideweg, Manipulationen und Lügen in Schulbüchern, Methoden der Medienmanipulation sowie Umfragen und die Manipulation gesellschaftlicher Meinung (vgl. Olejnik 2001 : 37).

³⁴⁹ *Pampers-Träger* ein Synonym für relativ junge Vertreter des konservativen Spektrums.

Habryń 1999 : 130). Das katholische Sender-Netzwerk nahm seinen Betrieb auf, nachdem die Produktionsgesellschaft Plus gegründet worden war, die für die einzelnen diözesanen lokalen und regionalen Sender ein Gemeinschaftsprogramm vorbereiten sollte. Das Programm sollte sich aus Information, publizistischen Beiträgen und Musik zusammensetzen. Die Begründer³⁵⁰ von *Radio Plus* hegten damals die Hoffnung, dass durch die programmliche und werbetechnische Integration der bislang als Einzelkämpfer selten erfolgreich agierenden katholischen Stationen auf dem polnischen Radiomarkt ein starkes Netzwerk katholischer Hörfunksender entstehen würde, das nicht nur – im Gegensatz zu *Radio Maryja* – den Evangelisierungsauftrag auf moderne Weise erfüllen würde, sondern der katholischen Kirche außerdem Geld brächte.

Eigentümer von *Radio Plus* waren die einzelnen diözesanen Stationen und die polnische Bischofskonferenz (vgl. Zalewska 2001c; *Strajk* 2001; Makarenko 2001b; Mirecka 2001).

Trotz großer Hoffnungen ist es dem katholischen Netzwerk, das schließlich auf 28 diözesane Sender erweitert wurden, niemals gelungen, eine größere Hörerschaft anzuziehen. Im Jahre 2001 verzeichnete *Radio Plus* einem Höreranteil von 1,7 Prozent in Krakau, in Warschau lediglich 0,8 Prozent. Das Programmformat, das der relativ erfolgreichen Station von *Radio Plus* in Danzig entliehen wurde und das sich einerseits durch populäre Rockmusik und aktuelle gesellschaftliche Themen, andererseits durch Biographien von Heiligen auszeichnete, konnte sich landesweit nicht durchsetzen (vgl. Mirecka 2001; Mielczarek 1998 : 152). Die Mixtur aus Evangelisierungs-Mission und kommerziellem Streben führte dazu, dass „im Endergebnis religiöse Elemente neben Hits von den Pet Shop Boys gesendet wurden“³⁵¹ (Makarenko 2001a).

Ab Anfang 2001 sah die finanzielle Lage von *Radio Plus* immer schlechter aus. Das Radionetzwerk hatte Schulden in Höhe von mehreren Millionen Złoty. Die Mitarbeiter von *Radio Plus* erhielten nur das Grundgehalt in Höhe von 600 Neuen Polnischen Złoty³⁵², die üblichen wesentlich höheren Zulagen wurden gar nicht mehr gezahlt (vgl. Mirecka 2001).

Ein Ausweg aus der prekären Situation schien sich im Sommer 2001 anzubahnen. Die Dresdner Bank erklärte sich bereit, in das Radionetzwerk zu investieren³⁵³ – allerdings nur unter der Bedingung, dass *Radio Plus* reorganisiert werden würde. Weil dies unter Umständen zur Entlassung eines Teils der Mitarbeiter geführt hätte, stimmten der Programmdirektor, der künstlerische Direktor und der Nachrichtenleiter von *Radio Plus* dieser Vorgabe nicht zu. Die Verhandlungen wurden fortgesetzt und die Kooperation zwischen der Dresdner Bank und *Radio Plus* schien schließlich doch beinahe vertragsreif, als Ende August 2001 die Polnische Bischofskonferenz ihren 99,6-prozentigen Anteil an dem Radionetzwerk völlig überraschend der

³⁵⁰ Neben Waldemar Gasper gehörte der ehemalige Vorsitzende des geschäftsführenden Vorstandes des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens, Wiesław Walendziak, zu den ideellen Begründern von *Radio Plus* (vgl. Mirecka 2001).

³⁵¹ „W rezultacie na antenie lementy religijne sąsiadowali z przebojami Pet Shop Boys.“

³⁵² Das sind rund 150 Euro.

³⁵³ Es wurde gemunkelt, aber nicht offiziell bestätigt, dass die Investitionssumme rund 10 Millionen Dollar betragen sollte (vgl. Makarenko 2001b).

Kattowitzer Gesellschaft Silesia Plus Agencja Reklamowa³⁵⁴ übertrug. Was folgte, waren aufeinander folgende Personalwechsel und ein Ende der weltlich-kirchlichen Zusammenarbeit. Als Grund für die Entscheidung der polnischen Bischofskonferenz gab der Vorsitzende des Aufsichtsrates von *Radio Plus* an, dass das Episkopat befürchtet habe, dass durch den Vertrag mit der Dresdner Bank die Interessen der Kirche nicht mehr gesichert wären (vgl. Mirecka 2001; Makarenko 2001b; Makarenko 2001a; *Strajk* 2001).

Zunächst streikte die Belegschaft von *Radio Plus*, am 19. Oktober 2001 kam das vorläufige Ende: Aufgrund der angespannten finanziellen Lage meldete der geschäftsführende Vorstand beim zuständigen Gericht in Warschau Konkurs an. Alle Mitarbeiter wurden entlassen. Der polnische Primas Józef Glemp sowie die Bischöfe der 28 betroffenen Diözesen riefen als Anteilseigner der Produktionsgesellschaft Plus wenige Tage später die Gesellschafterversammlung ein, auf der beschlossen wurde, eine Kommission einzuberufen, die bis Ende 2001 ein Programm zur personellen und finanziellen Restrukturierung erarbeiten sollte (Zalewska 2001c; *Strajk* 2000; Czackowska 2001).

Sonstige katholische Sender

Die verbliebenen katholischen Sender haben verschiedene Reichweiten und zeichnen sich insbesondere dadurch aus, dass sie religiöse Inhalte ausstrahlten. Dabei lassen sich zwei verschiedene Programmformate unterscheiden: das so genannte reflektive Programm, bei dem ein großer Teil der Sendungen kulturellen und gesellschaftsbezogenen Themen gewidmet ist, sowie das religiöse Programm, bei dem religiöse und kirchenbezogene Themen den Großteil oder sogar die gesamte Sendezeit füllen (vgl. Kowol 1999 : 243; Mielczarek 152).

2. 3. Tendenzen im Radioangebot und Hörerverhalten

Im Vergleich zum Beginn der neunziger Jahre ist das Radioangebot in Polen unzweifelhaft größer und vielfältiger geworden. Das bezieht sich insbesondere auf die Ballungsräume, die für die Werbewirtschaft attraktiv sind und privaten Anbietern eine ökonomische Basis bieten können. Ende 2001 konnten beispielsweise die polnischen Hauptstadtbewohner neben den Angeboten des landesweiten öffentlich-rechtlichen Polnischen Radios und seines regionalen Senders *Radio dla Ciebie* zwischen 14 Angeboten privater Hörfunksender wählen³⁵⁵. „Das kommerzielle Radioangebot in Polen ist ziemlich reichhaltig und vielfältig, dies bezieht sich sowohl auf die Quantität als auch die Qualität.“³⁵⁶ (vgl. Sobczak 1999 : 132) Die polnischen Radiohörer haben auf das neue private Angebot mit Interesse reagiert. Während einige Privatsender kontinuierlich neue Hörer dazugewonnen haben, haben die Programme des öffentlich-

³⁵⁴ Diese Gesellschaft war eng mit der Kurie der Stadt Katowice verbunden.

³⁵⁵ Vgl. hierzu: www.warszawa.org.pl/radio/radio.html, Stand: 14. Dezember 2001.

³⁵⁶ „Oferta radiofonii komercyjnej w Polsce jest dość bogata i zróżnicowana, zarówno w sensie ilościowym, jak i jakościowym.“

rechtlichen Polnischen Radios kontinuierlich Hörer verloren. Die wachsende Bedeutung der landesweiten kommerziellen Sender wurde bereits ab Mitte der neunziger Jahre sichtbar. Eine damit verbundene Entwicklung war eine Streuung der Hörerschaft auf verschiedene öffentlich-rechtliche und vor allem kommerzielle Hörfunksender (vgl. Filas 1999 : 224).

Marktanteile bedeutender polnischer Radiosender

Radiosender	Marktanteil
RFM	21,30
Radio Zet	18,30
PR I	17,10
PR III	4,90
Radio Maryja	3,70
Radio WAWa	1,40
PR II	0,70
Radiostacja	0,40
Radio Tok FM	0,30
Radio Bis	0,10

Quelle: Planeta (2002 : 60)

3. Der polnische Fernsehmarkt

Polen hat sich in den neunziger Jahren zum größten und am schnellsten wachsenden Fernsehmarkt in Ost- und Mitteleuropa entwickelt. Ausschlaggebend hierfür war die Kombination zweier Faktoren: Erstens, stellt Polen mit einer Bevölkerungszahl von rund 38 Millionen Einwohnern einen bedeutenden Markt dar.

Zweitens, hat sich der für eine dynamische Medienentwicklung unerlässliche Werbemarkt in Polen rapide entwickelt³⁵⁷ (vgl. *CME* 1997; Gotkowski 1997; Jakubowicz 1998 : 43).

Die Werbebudgets, die in den neunziger Jahren an polnische Fernsehanbieter geflossen sind, stiegen kontinuierlich. Keine andere Medienbranche in Polen profitierte in derart hohem Maße von der Werbewirtschaft. Der Anteil des Fernsehens am Werbemarkt betrug beispielsweise 49,80 Prozent im Jahre 1996 und 62,29 Prozent im Jahre 2001 (vgl. Bujko 1999 : 112; Słaby 2001). Trotz dieser viel versprechenden finanziellen Rahmenbedingungen, haben nicht alle Fernsehbetreiber gleichermaßen von dem Werbeboom profitiert. Die folgenden Kapitelabschnitte geben einen Überblick über die polnische Fernsehlandschaft sowie die Entwicklung der einzelnen Fernsehsender bis zum Jahre 2001.

3. 1. Das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen

Das am 31. Dezember 1993 aus dem ehemals staatlichen Fernsehen hervorgegangene öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen (*Telewizja Polska SA/TVP*) ist mit 6.800 Beschäftigten³⁵⁸, zwei nationalen, mehr als einem Dutzend regionalen und lokalen Programmen, einem Auslands-Satelliten-Programm, seinem Sendezentrum in Warschau und zwölf regionalen Funkhäusern das mit Abstand größte Medienunternehmen in Polen. Alle Einheiten des Polnischen Fernsehens unterstehen einer gemeinsamen Führung durch den geschäftsführenden Vorstand und den Aufsichtsrat (vgl. Jakubowicz 1999 : 165ff; Modrzejewska 1994).

„Das Polnische Fernsehen ist heute eine komplett andere Institution als vor 1989“³⁵⁹, urteilte der polnische Fernsehexperte und ehemalige Vorsitzende des *TVP*-Aufsichtsrates, Karol Jakubowicz (1999b : 183), zehn Jahre nach den politischen Umbrüchen in Polen. Eine erste bedeutende institutionelle Veränderung des damals noch staatlichen Polnischen Fernsehens bestand darin, dass bereits Ende 1989 eine Werbeabteilung eingerichtet wurde. Diese Maßnahme entsprang den Begleitumständen der neuen Rundfunkrealität. Der Etat des Radio- und Fernsehkomitees wurde ab Herbst 1989 nicht mehr automatisch aus der Staatskasse gefüllt und die Geschäftsleitung des Polnischen Fernsehens musste in der frühen Umbruchphase sogar Kredite aufnehmen, um Mitarbeitern ihre Gehälter auszahlen zu können. Doch das Polnische Fernsehen hat den

³⁵⁷ Vgl. hierzu Kapitel VIII, Abschnitt 1.

³⁵⁸ Diese Angabe bezieht sich auf das Jahr 1999. Dass die hohe Mitarbeiterzahl langfristig nicht aufrecht erhalten werden konnte, wurde seit Mitte der neunziger Jahre diskutiert. Im Herbst 1999 trat eine Reform in Kraft, die darauf zielte, die Programm- und Sendeeinheiten des Polnischen Fernsehens von den Produktionseinheiten zu trennen und die Mitarbeiterzahl schrittweise zu reduzieren (vgl. Jakubowicz 1999b : 187; *Gorąca* 1999 : 12).

³⁵⁹ „TVP jest dzisiaj zupełnie inną instytucją niż przed 1989 rokiem.“

frühen Realitäts-Schock und den Ausfall der staatlichen Finanzierung gut überstanden. Es folgten viele satte Jahre, in denen das Polnische Fernsehen als unangefochtener Monopolist von der zunehmend boomenden Werbewirtschaft mit Geld regelrecht überschüttet wurde. Im Jahre 1994 machte Werbung 51 Prozent der Gesamteinnahmen des Polnischen Fernsehens aus, im Jahre 1998 sogar 61 Prozent (vgl. Jakubowicz 1999b : 183).

Mitte der neunziger Jahre vollzog das Polnische Fernsehen unter der Leitung des 1993 vom Nationalen Rundfunkrat einberufenen, damals erst 31-jährigen und vom Privatsender *Polsat* abgeworbenen Jung-Managers, Wiesław Walendziak, den Paradigmenwechsel vom staatlichen Monopolisten zum wettbewerbsorientierten Marktführer³⁶⁰. An Stelle der traditionellen angebotsorientierten Programmpolitik, bei der die künstlerische oder journalistische Qualität einer Sendung über ihre Platzierung entschied, trat eine nachfrageorientierte Programmpolitik, bei der im wesentlichen die Zuschauergunst und die Bedürfnisse der Werbewirtschaft über die Programmgestaltung bestimmten.³⁶¹ Formal drückte sich dieser Wandel in der Einführung von Programmblöcken aus. Inhaltlich setzten die öffentlich-rechtlichen Sender zunehmend auf fiktionale und nicht-fiktionale Unterhaltung, darunter US-Serien wie *Bulle und Staatsanwalt*, *Tropical Heat* oder *Denver-Clan*. Hinzu kamen im Wochendurchschnitt etwa 15 Game- und Quizshows, darunter internationale Lizenzproduktionen wie *Glücksrad* und *Familienduell* oder Eigenproduktionen wie *Das große Spiel (Wielka Gra)* (vgl. Mielczarek 1996a : 65f.; Kleinwächter 1994b : 23; Jakubowicz 1999b : 191). Da bei der Finanzierung des Polnischen Fernsehens die Werbung eine enorm wichtige Rolle zu spielen begann, konnte das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen es sich auf Dauer nicht leisten, an den Interessen der Zuschauer und der Werbewirtschaft vorbei zu senden. Zu dieser wettbewerbsorientierten Haltung führte nicht zuletzt der enorme Erfolg, den der erste landesweite Privatsender *Polsat* nach seinem Start verzeichnen konnte. Der lange Zeit verwöhnte öffentlich-rechtliche Monopolist, der bis Mitte der neunziger Jahre bei der Werbung Rabatte ebenso wenig gewährte wie Laufzeiten von weniger als zwölf Monaten, musste sich einer neuen Realität stellen. Die Ergebnisse von Umfragen unter Werbeagenturen fielen für die öffentlich-rechtliche AG vernichtend aus: Ein aus dem letzten Jahrhundert übrig gebliebenes Relikt und ein unbeweglicher Moloch lauteten die Urteile. Insbesondere wurden die komplizierten und langwierigen Verfahrenswege kritisiert (vgl. Kordus 1996 : 47). Das Polnische Fernsehen war zum Umdenken gezwungen: „I see a big difference in the way we operated before *Polsat* and after,' says Witold Gawda, managing director of TVP's advertising arm, Biuro Reklamy TVP SA. 'Our main objective for the next year is flexibility'.“ (Michaels 1997 : 16)

Dass diese 1994 eingeschlagene Strategie aufging, beweist die Tatsache, dass es dem Polnischen Fernsehen im Gegensatz zu vielen öffentlich-rechtlichen Sendern in anderen ost- und mitteleuropäischen Ländern 2001

³⁶⁰ Der Marktanteil sank von 92 Prozent im Jahre 1992 auf immerhin noch beachtliche 58 Prozent im Jahre 1997 (vgl. *Polen* 1998 : 21).

³⁶¹ Diese Entwicklung wurde auch kritisch bewertet. So argumentierte beispielsweise Jakubowicz (1999b : 189), dass die Entscheidung, das Polnische Fernsehen zu kommerzialisieren, dazu geführt habe, dass die öffentlich-rechtliche Anstalt mit kommerziellen Sendern und unter deren Bedingungen konkurrieren müsse.

gelungen ist, seine führende Position auch unter den Bedingungen eines funktionierenden dualen und wettbewerbsorientierten Fernsehmarktes zu verteidigen. Ende der neunziger Jahre galt das Polnische Fernsehen als eines der wichtigsten Medienunternehmen in Mitteleuropa. Unter den 100 umsatzstärksten polnischen Industrieunternehmen belegte die öffentlich-rechtliche Aktiengesellschaft im Jahre 1997 den Platz 34 (vgl. *Polen* 1998 : 21).

Im Jahre 2000 erwirtschaftete das Polnische Fernsehen insgesamt 1.832,7 Millionen neue Polnische Złoty³⁶², von denen lediglich 474,7 Millionen neue Polnische Złoty³⁶³ aus dem Rundfunkgebührenaufkommen stammten. Der restliche Betrag setzte sich vor allem aus Werbeeinnahmen zusammen. Die Bilanz für das Jahr 2000 war ausgeglichen: Das Polnische Fernsehen machte 51,3 Millionen neue Polnische Złoty Gewinn³⁶⁴ und musste keine Kredite aufnehmen³⁶⁵. Vor dem Hintergrund des ehrgeizigen Ziels des Polnischen Fernsehens, zu der ersten Liga der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten in Europa aufzuschließen, relativieren sich die Zahlen allerdings. Den großen europäischen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten stehen wesentlich höhere Summen zu Verfügung (vgl. Jakubowicz 1999b : 186). Im Jahre 2001 strahlte das Polnische Fernsehen insgesamt 97.000 Stunden Programm aus³⁶⁶. Die öffentlich-rechtliche Anstalt gilt als der größte Produzent von Fernsehprogrammen und auch als der bedeutendste Käufer und Koproduzent von Filmen unabhängiger Produzenten. Im Jahre 1995 beispielsweise war das polnische Fernsehen an der Produktion von insgesamt 53 Spielfilmen beteiligt. Weiterhin organisiert das Polnische Fernsehen zahlreiche kulturelle Veranstaltungen oder es beteiligt sich an deren Organisation und Finanzierung (vgl. *Polen* 1998 : 21; Jakubowicz 1999b : 189f.; Jakubowicz 1997 : 69).

Das erste Programm des Polnischen Fernsehens – TVP 1

Das erste Programm des Polnischen Fernsehens (*TVP 1*) ist in jeder Hinsicht das Flaggschiff der öffentlich-rechtlichen AG. Es hat eine technische Reichweite von 95 Prozent des polnischen Territoriums und erreicht 97 Prozent der polnischen Bevölkerung. Es war lange Zeit das potentiell einflussreichste Medium und Marktführer auf dem Zuschauer- und Werbemarkt (vgl. Modrzejewska 1999 : 197). *TVP 1* hat erst seit dem Markteintritt des landesweiten Privatsenders *Polsat* im Jahre 1994 seine marktbeherrschende Stellung verloren. Der Zuschauermarktanteil sank von 62,7 Prozent im Jahre 1993 auf 23,80 bis 26,50 Prozent im Jahre 2001³⁶⁷ (vgl. Sobiepanek 1997b). Der Anteil am Werbemarkt betrug im Jahre 2001 zwischen 26,71 und 32,36 Prozent, der Privatsender *Polsat* konnte in der gleichen Zeit 23,98 und 28,71 Prozent verbuchen³⁶⁸.

³⁶² Das sind rund 460 Millionen Euro.

³⁶³ Das sind rund 118 Millionen Euro

³⁶⁴ Das sind rund 13 Millionen Euro.

³⁶⁵ Vgl. www.tvp.com.pl/informator/polski/finanse.html, Stand: 12. Juni 2002.

³⁶⁶ Vgl. www.tvp.com.pl/informator/polski/cele.html, Stand: 12. Juni 2002.

³⁶⁷ Diese Angaben beziehen sich auf die Wochen vom 26. Februar bis 4. März sowie 24. bis 30 September 2001. Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/0109.html sowie : www.agb.pl/data/0109.html, Stand: 5. August 2002.

³⁶⁸ Diese Angaben beziehen sich auf die Wochen vom 26. Februar bis 4. März sowie 24. bis 30 September 2001. Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/0109.html sowie : www.agb.pl/data/0109.html, Stand: 5. August 2002.

Als ein klassisches Vollprogramm versucht *TVP 1*, durch eine Mischung aus attraktiver Unterhaltung und universellen Informationen ein Massenpublikum zu erreichen. Eckpfeiler in der Programmstruktur des ersten Programms sind Serien sowie Game- und Talkshows. Eine eiserne Säule im ersten Programm und zugleich Quotengarant ist die Hauptnachrichtensendung *Wiadomości* (Nachrichten), die im Durchschnitt von neun Millionen Zuschauern gesehen wird³⁶⁹. Daneben profiliert sich das erste Programm durch eine Vielzahl kultureller Sendungen.

Das zweite Programm des Polnischen Fernsehens – TVP 2

Das zweite Programm des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens (*TVP 2*) ist seit dem 2. Oktober 1970 auf Sendung. Das zweite Programm hat eine technische Reichweite von 93 Prozent des polnischen Territoriums, womit es potentiell etwa 96 Prozent der polnischen Bevölkerung erreicht (vgl. Modrzejewska 1999 : 197). Der Anteil des zweiten Programms am Zuschauermarkt ist etwas geringer als der des ersten Programms: Im Jahre 2001 betrug er zwischen 18,70 und 18,80 Prozent³⁷⁰. Der Anteil des zweiten Programms am Werbemarkt ist deutlich geringer, im Jahre 2001 betrug er zwischen 14,11 und 16,28 Prozent³⁷¹.

Während das erste Programm auf ein Massenpublikum zielt, soll das zweite Programm – wie es einst der Vorstandsvorsitzende Ryszard Miazek beschrieb – ein „Platz der Förderung ambitionierter Genres [sein – K.H.], adressiert an kleine Zuschauerschaften“³⁷² (vgl. Celinska-Bejgier 1996). Dem zweiten Programm kommt also in erster Linie die Aufgabe zu, durch ein komplementäres Programm zu *TVP 1* das Angebot des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens angemessen zu vervollständigen. Das zweite Programm ist für seine vielfältigen Unterhaltungssendungen, Reportagen, Dokumentarfilme und kulturellen Beiträge bekannt und gilt seit jeher als Sender der intellektuellen Elite. „Public television has different goals from commercial stations. This is especially true of TVP 2, which addresses viewers interested in art und culture.“ (Bakowska 1997). Zu den kulturellen Angeboten gehören Theateraufführungen, Übertragungen von Musikfestivals und hochwertige Spielfilme. Ein Spezifikum des zweiten Programms sind drei über den Tag verteilte Programmfenster (8.00 bis 8.30 Uhr; 17.30 bis 18 Uhr; 18.10 bis 18.35 Uhr), in denen sich je nach Sendegebiet das zuständige Regionalstudio des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens in das *TVP2*-Programm einschaltet und lokale und regionale Nachrichten sendet³⁷³.

³⁶⁹ Vgl. hierzu: www.tvp.com.pl/informator/polski/program1.html, Stand: 12. Juni 2002.

³⁷⁰ Diese Angaben beziehen sich auf die Wochen vom 26. Februar bis 4. März sowie 24. bis 30 September 2001. Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/0109.html sowie www.agb.pl/data/0109.html, Stand: 5. August 2002.

³⁷¹ Diese Angaben beziehen sich auf die Wochen vom 26. Februar bis 4. März sowie 24. bis 30 September 2001. Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/0109.html sowie www.agb.pl/data/0109.html, Stand: 5. August 2002.

³⁷² „Powinien stać się miejscem promocji ambitniejszych gatunków adresowanych do mniejszej widowni.“

³⁷³ Vgl. hierzu: www.tvp.com.pl/informator/polski/program2.html.

Das Satellitenprogramm TV Polonia

Das Satellitenprogramm *TV Polonia* nahm auf Initiative des damals amtierenden Chefs des Polnischen Fernsehens, Janusz Zaorski, im März 1993 den Betrieb auf (vgl. Modrzejewska/Kalabiński 1998). Aufgabe dieses über den Satelliten Eutelsat kostenlos und in den USA über einen Zwischenhändler kommerziell vertriebenen Programms ist es, alle an Polen interessierten Zuschauer im Ausland über das Land und die Menschen auf dem Laufenden zu halten. Der Sender wird komplett subventioniert, außerdem ist Werbung zugelassen. *TV Polonia* sendet seit September 1996 rund um die Uhr, wobei das Nachtprogramm weitgehend aus Wiederholungen der Nachrichtensendungen des ersten und des zweiten Programms des Polnischen Fernsehens besteht. Das reguläre Programm von *TV Polonia* besteht aus einer Auswahl von Sendungen des ersten und zweiten Programms sowie Fernsehfilmen und Serien aus dem Archiv des Polnischen Fernsehens (vgl. Piątek 1998b : 468). Im Laufe der Jahre hat *TV Polonia* ein bemerkenswertes Eigenleben entwickelt, so dass im Jahre 1997 Wiederholungen weniger als zwei Drittel der gesamten Sendezeit ausmachten. „40% of the channel's programming is provided by TV Polonia itself; this includes programmes made in cooperation with the regional stations of TVP.“ (*The Media* 1997 : 123)

Die regionalen Programme des Polnischen Fernsehens

Das Gesamtangebot des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens wird vervollständigt durch Beiträge der zwölf regionalen Fernsehstationen, die zum einen den nationalen Programmen zuliefern, zum anderen aber auch ein eigenes Programm auf dem dritten Kanal (*TVP 3*) ausstrahlen. Die regionalen Fernsehstudios existierten bereits vor der Neuordnung des staatlichen Fernsehens durch das neue Rundfunkgesetz. Vor 1993 lieferten sie den nationalen Programmen aber lediglich zu und strahlten kein eigenes Programm aus. Zu den alten Regionalstudios zählen: Gdańsk (Danzig), gegründet 1958; Warszawa (Warschau), gegründet 1958; Katowice (Kattowitz), gegründet 1957; Poznań (Posen), gegründet 1957; Kraków (Krakau), gegründet 1961, Łódź (Lodz), gegründet 1956; Szczecin (Stettin), gegründet 1960; Wrocław (Breslau), gegründet 1962. Seit 1992 wurde das regionale Netz durch weitere Studios in den folgenden Städten ausgebaut: Lublin (Gründung 1992); Rzeszów (Gründung 1993); Bydgoszcz (Gründung 1994) sowie Białystok (Gründung 1996).³⁷⁴ Vier Stunden pro Tag werden die regionalen Sender zu einem landesweiten Netzwerk mit gemeinsamen Programmen, darunter Serien, Kinder- und Jugendprogramme, zusammengeschaltet. Der erste gemeinsame Block ist ein Kinder- und Jugendprogramm, das täglich zwischen 15.10 und 16.30 Uhr ausgestrahlt wird. Der zweite Block liegt zwischen 17.35 und 19.15 Uhr und wird üblicherweise mit Soap Operas gefüllt. Der dritte Block bietet zwischen 19.15 und 21.15 Uhr Filme und Serien an (vgl. Jakubowicz 1999a : 169). Die zwölf Regionalsender nutzen die Vorteile des Verbundes nicht nur, um gemeinsam internationale Lizenzware für die Netzwerk-Blöcke einzukaufen, sondern auch, um ihre Werbezeiten unter dem Markennamen *formula 12* gemeinsam zu vermarkten. Die Regionalstudios hatten im Jahre 1997 im Verbund

³⁷⁴ Vgl. hierzu: www.tvp.com.pl/informator/polski/tvp3.html.

landesweit einen Zuschauermarktanteil in Höhe von rund fünf Prozent (vgl. Sieniutycz 1997). Im Jahre 2001 betrug der Zuschauermarktanteil zwischen 2,3 und 2,8 Prozent³⁷⁵.

Die Spartenkanäle des Polnischen Fernsehens

Eine große finanzielle Belastung und einen strategischen Rückschlag stellte für das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen das Experiment mit dem Musikkanal *Nur Musik (Tylko Muzyka)* dar, welcher am 19. April 1997 erstmals über Satellit und diverse Kabelnetze verbreitet wurde. Dieser Musikkanal sollte der erste von insgesamt sechs Spartensendern sein, die das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen als digitale Zusatzdienste auf dem Fernsehmarkt etablieren wollte. Zehn Monate lang wurde das 18-stündige Programm von *Tylko Muzyka*, das laut Konzept zu drei Viertel aus Unterhaltungsmusik und zu einem Viertel aus Klassik und Jazz bestehen und polnische wie internationale Interpreten zu gleichen Teilen präsentieren sollte, zu Promotions-Zwecken kostenlos ausgestrahlt. Am 15. Februar 1998 wurde das schätzungsweise zwei Millionen Euro teure Projekt schließlich eingestellt. Ein zentrales Problem für *Tylko Muzyka* war die prinzipielle Unvereinbarkeit mit dem Rundfunkgesetz: Eine durch Rundfunkgebühren teilfinanzierte öffentlich-rechtliche Fernsehanstalt wie das Polnische Fernsehen durfte keinen Pay-TV-Kanal betreiben und damit die Allgemeinheit von Leistungen ausschließen, die die öffentliche Hand bereits einmal bezahlt hat (vgl. *Tylko 1997a, Tylko 1997b; Tylko 1998*).

Die Aufgaben des Polnischen Fernsehens als einer Anstalt öffentlich-rechtlichen Charakters

Analog zum öffentlich-rechtlichen Polnischen Radio hat das Polnische Fernsehen in einem internen, normativen Papier mit dem Titel „Die Mission des Polnischen Fernsehens als einer Anstalt öffentlich-rechtlichen Charakters“³⁷⁶ die besonderen Aufgaben zusammengefasst, die es als öffentlich-rechtliche Anstalt gegenüber den polnischen Zuschauern zu erfüllen hat. Der spezifische Programmauftrag des Polnischen Fernsehens umfasst eine Vielfalt von Aspekten (vgl. *Jakubowicz 1999a : 180f.*):

Die Polnische Fernseh AG und ihre regionalen Anstalten haben zunächst einmal die Aufgabe, Polen flächendeckend zu versorgen und polnischen Fernsehzuschauern, umfassende, differenzierte und komplementäre landesweite und regionale Programmen anzubieten. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen soll *die ganze Vielfalt* der Ereignisse, die sich im In- und Ausland ereignen, darstellen und sich dabei bemühen, alle Bereiche des gesellschaftlichen Lebens widerzuspiegeln. Neben informationsorientierten Angeboten soll das Polnische Fernsehen ebenso eine attraktive Freizeitgestaltung mit Unterhaltung und Entspannung bieten. Von kommerziellen Angeboten soll sich das öffentlich-rechtliche Fernsehen insofern unterscheiden, als es anspruchsvollere und ambitioniertere Inhalte in *wertvollen* Sendeformen anbietet, die durch heimatliche Kultur und Tradition geprägt sind.

³⁷⁵ Diese Angaben beziehen sich auf die Wochen vom 26. Februar bis 4. März sowie 24. bis 30 September 2001. Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/0109.html sowie www.agb.pl/data/0109.html, Stand: 5. August 2002.

³⁷⁶ „Misja Telewizji Polskiej S.A. jako nadawcy publicznego“.

Das Polnische Fernsehen soll bei der Programmgestaltung Zuschauergruppen berücksichtigen, die von kommerziellen Anbietern vernachlässigt werden, darunter vor allem die Landbevölkerung. In jedem seiner landesweiten Programme soll das Polnische Fernsehen durchschnittlich 15 Prozent der Sendezeit für Information und publizistische Gattungen zur Verfügung stellen, 10 Prozent für Bildungsprogramme, 15 Prozent für Kultur und Kunst sowie 15 Prozent für Familien-, Kinder- und Jugendsendungen. Um die Rundfunkgebühren, die von allen Bürgern und Bürgerinnen erhoben werden, zu rechtfertigen, soll das Polnische Fernsehen dafür sorgen, dass seine Programme eine ausreichende Verbreitung in der Gesellschaft finden.

Als eine zentrale Aufgabe des Polnischen Fernsehens gilt es, die Zuschauer zu informieren und ihnen eine unparteiische Analyse der Ereignisse und Prozesse im In- und Ausland zu bieten. Das Polnische Fernsehen soll über die Funktionsweisen, Mechanismen und Institutionen des demokratischen Systems und der Volkswirtschaft informieren sowie ein Forum für öffentliche Diskussionen bieten und dazu beitragen, dass die Interessen und Ansichten verschiedener Gruppen und gesellschaftlicher Kräfte zum Ausdruck gebracht werden können. Zentrale Begriffe in diesem Zusammenhang sind *pluralistische Gesellschaftskommunikation* sowie *Meinungsbildung der Bürger* und *die Bildung öffentlicher Meinung*. Im Programmauftrag ist außerdem festgeschrieben, dass das öffentlich-rechtliche Fernsehen nicht nur dazu beitragen soll, dass polnische Bürger und Bürgerinnen die Funktionsweisen der wichtigsten Staatsorgane kennen lernen und begreifen, sondern dass es zusätzlich die Standpunkte dieser wichtigsten Staatsorgane präsentieren muss.

Vor dem Hintergrund des realen Alltags in den polnischen öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten, kann es lediglich als eine wohl klingende Absichtserklärung angesehen werden, dass das Polnische Fernsehen seine Autonomie und Unabhängigkeit wahren soll. Zumindest auf dem Papier soll es in seiner Funktion als eine öffentlich-rechtliche Institution keine Stellung beziehen und auch keine eigenen Ansichten zu politischen und öffentlichen Fragen formulieren oder äußern. Es soll keine bestimmte politische Strömung favorisieren oder fördern und stattdessen im Gesamtprogramm die Möglichkeit schaffen, alle Anschauungen, die sich im Rahmen bestehender Gesetze befinden, zum Ausdruck zu bringen.

Die besondere Verantwortung des Polnischen Fernsehens gegenüber der polnischen Kultur kommt dadurch zum Ausdruck, dass die öffentlich-rechtlichen Programme eine Stärkung der nationalen Identität und des nationalen Zugehörigkeitsgefühls, den Schutz der polnischen Sprache, die Vermittlung der polnischen Tradition und des polnischen kulturellen Erbes in allen Ausdrucksformen anstreben sollen. Die öffentlich-rechtlichen Programme sollen eine kulturbildende Rolle übernehmen, das ästhetische Empfinden formen sowie den Zugang zu regionaler, polnischer und weltweiter Kultur ermöglichen. Das Polnische Fernsehen soll außerdem in möglichst hohem Maße auf das heimische intellektuelle und künstlerische Potential zurückgreifen, die audiovisuelle Schaffenskraft im Lande unterstützen und entwickeln und polnische Film- und Fernsehproduktionen, die außerhalb der Produktionsstrukturen des Polnischen Fernsehens hergestellt werden, fördern und mitfinanzieren.

3. 2. Das private Fernsehen

3. 2. 1. Lizenzierte kommerzielle Sender

Polsat

Der private Anbieter *Polsat* erhielt im März 1994 die erste und zumindest mittelfristig die einzige wirklich landesweite Sendelizenz für Polen. Als *Polsat* den Zuschlag bekam, konnte der Sender über ein Jahr Erfahrung mit dem Betrieb eines täglichen Vollprogramms vorweisen, da *Polsat* seit dem 5. Dezember 1992 sein Programm vom niederländischen Hilversum aus über einen Eutel-Satelliten nach Polen einstrahlte. Am 5. Oktober 1993 erwarb *Polsat* beim Nationalen Rundfunkrat für 30 Milliarden alte Polnische Złoty³⁷⁷ beziehungsweise 3 Millionen neue Polnische Złoty eine Lizenz für den Vertrieb eines Satellitenprogramms vom polnischen Boden aus. Bei dem Erwerb dieser Lizenz mögen in erster Linie rein strategische Überlegungen eine Rolle gespielt haben, da *Polsat* gemäß der von Polen ratifizierten EU-Richtlinie *Fernsehen ohne Grenzen* durchaus ganz legal und ohne eine Genehmigung des Nationalen Rundfunkrates von den Niederlanden aus lokale polnische Kabelnetze und Haushalte mit Satelliten-Empfang hätte versorgen können (vgl. Mielczarek 1998 : 126f.; Kleinwächter 1994b : 22; Modrzejewska 1999 : 206).³⁷⁸

Bei *Polsat* handelte es sich um ein vergleichsweise kleines, rein polnisches Unternehmen, das im Mai 1993 mit einem Stammkapital in Höhe von 250 Milliarden alten Polnischen Złoty³⁷⁹ beziehungsweise 25 Millionen neuen Polnischen Złoty als eine Aktiengesellschaft im Wrocław (Breslau) registriert wurde. An der Spitze von *Polsat* steht der polnische Geschäftsmann Zygmund Solorz, der quasi Alleineigentümer ist. Der Export/Import-Manager war in der polnischen Medienbranche Anfang der neunziger Jahre erstmals in Erscheinung getreten, als er an der Tageszeitung *Kurier Polski* (Polnischer Kurier) 80 Prozent erworben hatte. Dass Solorz den Privatsender faktisch alleine kontrolliert, deutete sich im Frühjahr 1998 an, als er der polnischen Außenhandels- und Medienholding Universal, die neben 20 Prozent an *Polsat* auch über Beteiligungen an den Zeitungen *Trybuna* (Tribüne) und *Dziennik Wieczorny* (Abend-Zeitung) sowie an der Frauenzeitschrift *Kobieta i Styl* (Frau und Stil) verfügte, eine feindliche Übernahme androhte, um einem geplanten Verkauf des *Polsat*-Aktienpakets zuvorzukommen. Die Eigentumsstruktur änderte sich – zumindest formal – zwei Jahre später. Im Juli 2000 erhielt das in Rotterdam registrierte Unternehmen *Polsat Media B. V.* vom Nationalen Rundfunkrat die Erlaubnis, 33 Prozent der *Polsat*-Anteile übernehmen zu dürfen. Hundertprozentiger Eigentümer des niederländischen Unternehmens Zygmund Solorz (vgl. Jakubowicz 1998 : 41; Ratajczyk 1998; Zalewska 2000b; Świderek 1998b; Świderek 1998c)³⁸⁰.

³⁷⁷ Ende 1993 entsprach dies rund 1,5 Millionen US-Dollar bzw. 2,1 Millionen DM (ca. 1,05 Millionen Euro).

³⁷⁸ Vgl. hierzu auch: www.polsat.com.pl/tv7naszastacja/historia.html, Stand: 27. Mai 2002.

³⁷⁹ Im Jahre 1993 entsprach dies rund 12 Millionen US-Dollar bzw. 17 Millionen DM (ca. 8,5 Millionen Euro).

³⁸⁰ Vgl. hierzu auch: www.polsat.com.pl/tv7naszastacja/historia.html, Stand: 27. Mai 2002.

Sein großes Geschick als Geschäftsmann hatte Solorz bereits im Lizenzierungsverfahren bewiesen, indem es ihm gelang, das Image eines unpräzisen und zuverlässigen Bewerbers um die nationale Fernsehlizenz aufzubauen. Es kam Solorz zugute, dass sich der Nationale Rundfunkrat mit der Vergabe der höchst begehrten Lizenz an einen rein polnischen Bewerber profilieren konnte, indem er dem in Polen gefürchteten Ausverkauf des heimischen Fernsehmarktes an ausländische Konzerne vorbeugte. „In granting a license to Polsat we protected the domestic market against a strong, competitive battle that might have harmed national interest“ (Markiewicz 1996a), so Ryszard Miazek, der bei dem Lizenzvergabe-Verfahren als Mitglied des Nationalen Rundfunkrates mitgewirkt hatte.

Verglichen mit den anderen Bewerbern wirkte *Polsat* wie ein schwaches und vor allem im Vergleich zum öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehen sehr kapitalarmes Unternehmen. Dieses Handicap machte der private Konkurrent jedoch sehr schnell wett, indem er eine der größten Schwächen des öffentlich-rechtlichen Konkurrenten für sich nutzte: die mangelnde Konsumentenorientierung (vgl. Sobiepanek 1997a; Falkowski 1996a). Als wäre in der Gunst von Zuschauern und der Werbewirtschaft dem Wachsen von *Polsat* lediglich eine natürliche Grenze durch die technische Reichweite gesetzt, stiegen die Marktanteile des Privatsenders analog zum Ausstrahlungspotential. Im März 1994 konnte *Polsat* nur 35 Prozent des Staatsterritoriums erreichen, im Jahre 1998 betrug die technische Reichweite mit mehr als drei Viertel des gesamten Landes ungefähr dem in der Lizenz zugesicherten Ausstrahlungspotential (vgl. Jakubowicz 1998 : 41).

Der Zuschauermarktanteil stieg von etwa sechs Prozent im Jahre 1994 auf 28 Prozent im Jahre 1997. Im gleichen Zeitraum baute *Polsat* seine Position auf dem Werbemarkt von 8 Prozent auf rund 40 Prozent aus. Im ersten Jahresdrittel 1998 gelang es *Polsat* sogar, den ehemaligen Monopolisten, das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen, erstmals zu überholen (vgl. Styczek 1998b). Bis zum Jahre 2001 ist der Marktanteil von *Polsat*, insbesondere aufgrund des erfolgreichen Marktzutritts neuer privater Fernsehsender, wieder gesunken. Im Jahre 2001 lag der Anteil am Zuschauermarkt zwischen 21,8 und 24,1 Prozent, der Anteil am Werbemarkt zwischen 23,98 und 28,71 Prozent³⁸¹.

Den enormen ökonomischen Erfolg hat *Polsat* der polnischen Werbewirtschaft zu verdanken, die den professionellen und flexiblen Umgang des privaten Newcomers zu schätzen wusste. Die Werbetreibenden gingen hierbei gleichzeitig strategisch vor. In der Hoffnung, eine tatsächliche Konkurrenz zwischen dem landesweiten Privatanbieter und dem jahrelang verwöhnten öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehen herbeizuführen, buchten die Agenturen massiv Werbespots im *Polsat*-Programm – teilweise bis zum rundfunkrechtlichen Limit von 12 Minuten pro Stunde. Das führte mittelfristig dazu, dass das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen wettbewerbsbedingt seine ehemals monopolistischen Preise gesenkt hat und auch insgesamt flexibler und kulanter geworden ist (vgl. Styczek 1998a; Sieniutycz 1997; Sobiepanek 1997a).

Die Anzahl der Beschäftigten bei *Polsat* war wesentlich kleiner als beim öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehen. Mitte der neunziger Jahre beschäftigte der Privatsender lediglich 200 Vollzeit-Mitarbeiter sowie

³⁸¹ Diese Angaben beziehen sich auf die Wochen vom 26. Februar bis 4. März sowie 24. bis 30. September 2001. Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/0109.html sowie www.agb.pl/data/0109.html, Stand: 5. August 2002.

150 Teilzeitbeschäftigte und freie Mitarbeiter (vgl. Sobiepanek 1997a). Im Nachrichten- und Informationsbereich beschäftigte *Polsat* nur rund 30 Redakteure (vgl. Heine 1996 : 75). Die Investitionen für den Aufbau des Senders wurden auf etwa 60 Millionen Euro geschätzt (vgl. Falkowski 1996a; Kleinwächter 1994b : 23). Von Anfang an setzte das *Polsat*-Management auf Innovation, Rationalisierung und Rentabilität. Als einer der ersten Sender in Europa stellte *Polsat* beispielsweise im Newsbereich auf das *non-linear editing*, den Einsatz digitaler Schnitt-Technologie, um. Damit übernahmen die Redakteure gleichzeitig die Funktion der traditionellen Cutter, was die Personalkosten erheblich senkte (vgl. Falkowski 1996a; Heine 1996 : 74f.).

Im April 1997 hat *Polsat* eine weitere Lizenz für den Betrieb von *Polsat 2* bekommen. Komplettiert wird *Polsat* außerdem durch das selbständig am Markt agierende Unternehmen PAI Film, das nicht nur die Werbezeiten der beiden *Polsat*-Kanäle vermarktet, sondern auch eine enge Kooperation mit mehreren lokalen Fernsehsendern pflegt. Dafür, dass die lokalen Fernsehsender das *Polsat*-Programm als Mantelprogramm übernehmen dürfen, erhält PAI Film die Werbezeiten der lokalen Fernsehsender zum Weiterverkauf (vgl. Sieniutycz 1997; Modrzejewska 1997a).

Wie viele andere private Fernsehsender in Europa, eroberte *Polsat* das polnische Publikum mit einer Mischung aus Serien, Soap Operas, Blockbusterfilmen wie *Rambo* sowie Game- und Talkshows. Fast alle diese Produktionen stammen aus den USA. *Polsat* ist ebenfalls der Sender, der erstmals umstrittene, aber Quoten brechende³⁸² Talkshows, darunter *Na każdy temat* (Zu jedem Thema), ausstrahlte. Zu der Reihe der Tabus, die durch diese Sendung erstmalig im polnischen Fernsehen thematisiert wurden, zählten Themen wie Sex unter Jugendlichen, Kleinwüchsige, Begleitagenturen oder missbrauchte Frauen, die ihre Ehemänner umgebracht hatten (vgl. Borzym 1996).

Polsat 2

Der Spartensender *Polsat 2* strahlte seit April 1997 Programme für Kinder und Jugendliche via Satellit verschlüsselt aus. Sie wurden in verschiedenen Kabelnetzen weiterverbreitet. Die Satelliten-Lizenz für *Polsat 2*, wurde bis zum Jahre 2003 gewährt. Der technische Probetrieb für *Polsat 2* wurde über mehrere Eutelsat-Satelliten am 1. März 1997 aufgenommen. Zwischen dem offiziellen Sendestart Anfang April und dem Jahresende 1997 gelang es *Polsat 2*, mit einem 16-stündigen Programm einen durchschnittlichen Zuschauermarktanteil in Höhe von 1,5 Prozent zu erreichen (vgl. Sieniutycz 1997). Mit etwa sechs Stunden Musik – insbesondere Videoclips –, zehn verschiedenen Musiksendungen pro Woche, US-Serien, Zeichentrick- und Actionfilmen zielte *Polsat 2* auf das jüngere Publikum. Bei den Nachrichtenmagazinen am Morgen und am Abend handelte es sich um *Sky News* und *CNN News*, die mit polnischen Untertiteln versehen wurden (vgl. Jakubowicz 1998 : 41). Im Jahre 2000 fusionierte *Polsat 2* mit dem Privatsender *Nasza Telewizja*. Beide Programme wurden seitdem als das neue Programm *TV 4* über den Satelliten Hot Bird ausgestrahlt (vgl. *Media* 2000a; *Czas* 2000).

³⁸² Die von dem bekannten Journalisten und *Radio Zet*-Gründer, Andrzej Woyciechowski, moderierte Sendung wurde Mitte der neunziger Jahre von bis zu 12 Millionen Menschen, rund einem Drittel aller Fernsehzuschauer in Polen, verfolgt.

Canal+

Rund zwei Wochen nach Erhalt der Konzession am 23. November 1994 ging der Pay-TV-Sender *Canal+ Polska* am 2. Dezember 1994 auf Sendung. Die ersten Programme wurden von Paris aus über den Satelliten Eutelsat ausgestrahlt. Im Januar 1995 wurde das Warschauer Studio von *Canal+* in Betrieb genommen.³⁸³

Neben einer Lizenz für die Ausstrahlung über Satellit hat *Canal+* insgesamt 14 Frequenzen für die terrestrische Verbreitung des Programms in den folgenden polnischen Großstädten und Ballungsräumen erhalten: Bielsko, Bydgoszcz, Częstochowa (Tschestochau), Gdańsk (Danzig), Katowice (Kattowitz), Kraków (Krakau), Lublin, Łódź (Lodz), Olsztyn (Allenstein), Opole (Oppeln), Poznań (Posen), Rzeszów, Szczecin (Stettin), Wałbrzych, Warszawa (Warschau) sowie Wrocław (Breslau). Ferner wurde *Canal+* in zahlreiche große Kabelnetze eingespeist (vgl. Trzebiatowski 1997b; Modrzejewska 1999b : 201).

Analog zu dem vom französischen Mutterkonzern für alle Tochtergesellschaften entwickelten Programmkonzept machten Fiction-Filme und Fiction-Serien rund 60 Prozent der gesamten Sendezeit von *Canal+* in Polen aus. Der Pay-TV-Sender bot pro Monat rund 30 Film-Premieren und insgesamt 90 Spielfilme an. Eine weitere Säule des Programmangebots stellten Sportübertragungen mit einem Anteil von zehn Prozent dar. Das Programm von *Canal+* wurde im September 1996 von einem 18-Stunden-Betrieb auf einen 24-Stunden-Betrieb umgestellt. Mit Ausnahme zweier unverschlüsselter Fenster wurde es kodiert ausgestrahlt. Ende Oktober 1997 verzeichnete *Canal+* insgesamt 200.000 Abonnenten. Unternehmensziel war, bis Ende 1999, das heißt nach insgesamt fünf Jahren Sendebetrieb, eine halbe Million Abonnenten und damit die Rentabilitätsschwelle zu erreichen (vgl. Trzebiatowski 1997b; Falkowski 1996).

Die Entwicklung des ersten lizenzierten Pay-TV-Senders verlief nicht ungestört. Gegen die Lizenzierung von *Canal+* hatten unberücksichtigte Konkurrenten beim Oberstes Verwaltungsgericht ein Verfahren angestrengt. Das Gericht fällte im Juni 1996 das Urteil, dass *Canal+* tatsächlich rechtswidrig lizenziert worden war, da der Nationale Rundfunkrat zahlreiche Verfahrensfehler begangen hatte. Die Richter kritisierten insbesondere, dass der Nationale Rundfunkrat ein kritisches Gutachten zur Kapitalausstattung und Gesellschafterstruktur der polnischen Tochter von *Canal+* nicht genügend berücksichtigt hatte. Dem finanzstarken französischen Mutterkonzern *Canal+*, der bis zu dem rechtlich zulässigen Maximum in Höhe von 33 Prozent beteiligt war, stand mit *Polska Korporacja Inwestycyjna* ein Konsortium weitgehend unbekannter polnischer Investoren gegenüber. Es wurde vermutet, dass es sich bei dem polnischen Konsortium um Strohmänner des französischen Konzerns handelte, der auf diese Art und Weise über den polnischen Ableger die alleinige Kontrolle ausübte (vgl. Trzebiatowski 1997a).

Das Urteil des Verwaltungsgerichts erforderte eine neue Lizenzierung von *Canal+* durch den Nationalen Rundfunkrat. Im Zuge der neuen Lizenzvergabe kam es zu einer Änderung der Gesellschafterstruktur. Betreiber von *Canal+* wurde die Holding *Telewizyjna Korporacja Partycypacyjna (TKP)*, welche sich folgendermaßen zusammensetzte: 33 Prozent von *TKP* gehörten dem französischen Mutterkonzern *Canal+*; 36 Prozent hielt die aus der *Polska Korporacja Inwestycyjna* hervorgegangene *Polcom Invest*; 20 Prozent

³⁸³ Vgl. hierzu die Homepage von *Canal+ Polska*: URL: www.cplus.com.pl/index.up?zm=19&do=8, Stand 28. Juli 2002.

gehörten ACTV, einem Unternehmen der Agora-Holding; elf Prozent befanden sich in Besitz von Handlowe Inwestycje, einer 100-prozentigen Tochter der großen Handelsbank Bank Handlowy S.A. (vgl. Trzebiatowski 1997b).

Der ökonomische Erfolg von *Canal+* war insgesamt betrachtet bescheiden. Die Zahl der Abonnenten im April 1999 blieb mit 300.000 weit unter den Erwartungen zurück³⁸⁴. Modrzejewska (1999 : 206) führte die magere Erfolgsquote von *Canal+* darauf zurück, dass der Pay-TV-Sender die Spezifika des polnischen Marktes, insbesondere die besondere Bedeutung der Kabelnetzwerkbetreiber, nicht verstanden habe. Im Jahre 2001 hatte *Canal+* einen Zuschauermarktanteil von 0,10 bis 0,40 Prozent. Der Anteil am Werbemarkt betrug zwischen 0,12 bis 0,15 Prozent³⁸⁵. Im Juni 2001 zeichnete sich ab, dass *Canal+* in der bisherigen, analogen Form keine neuen Zuschauer gewinnen konnte. Als Konsequenz daraus folgte, dass der Nationale Rundfunkrat dem Pay-TV-Sender die Lizenz für die terrestrische Ausstrahlung entzog. *Canal+* wird seit Sommer 2001 analog nur noch in einigen Kabelnetzen und darüber hinaus über die neue digitale Plattform *Cyfra+* ausgestrahlt. Digital bietet *Canal+* drei Dienste an. Neben dem normalen Programm mit rund 450 Spielfilmen pro Jahr werden auf *Canal+* *Żółty* Wiederholungen vom Vortag angeboten und auf *Canal+* *Niebieski* Sportsendungen³⁸⁶.

TVN/Telewizja Wista

Die Voraussetzungen, unter denen der Markteintritt des privaten Fernsehsenders *TVN*, der im März 1997 eine überregionale Lizenz für Nordpolen sowie zwei lokale Lizenzen für die bedeutenden Städte Warschau und Łódź (Lodz) erhalten hatte, erfolgte, deuteten an, dass sich an dem existierenden Duopol von öffentlich-rechtlichem Polnischen Fernsehen (*TVP*) und *Polsat* etwas ändern würde: „In contrast to Polsat’s low-budget approach, *TVN* is buying its way into the market. [...] *TVN* is playing an international-style big-money-game. The company invested over USD 85 million to acquire top stars from *TVP*, hire some 450 staffers, install state-of-art broadcast technology, and launch a media storm to announce its arrival.“ (Sobiepanek 1997a)

Der bemerkenswert dynamische Markteintritt von *TVN* war insbesondere aufgrund der Gesellschafterstruktur möglich. 33 Prozent der Anteile hielt die kapitalstarke und einschlägig erfahrene US-amerikanische Medien-Holding Central European Media Enterprises (*CME*)³⁸⁷. Den Rest der Anteile (67 Prozent) an der bereits 1995 gegründeten *TVN GmbH* hielt das führende private polnische Medienhaus *ITI Neovision*, ein

³⁸⁴ Vgl. hierzu die Homepage von *Canal+* Polska: www.cplus.com.pl/index.up?zm=19&do=2, Stand 28. Juli 2002.

³⁸⁵ Diese Angaben beziehen sich auf die Wochen vom 26. Februar bis 4. März sowie 24. bis 30 September 2001. Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/0109.html sowie www.agb.pl/data/0109.html, Stand: 5. August 2002.

³⁸⁶ Vgl. hierzu die Homepage von *Canal+* Polska: www.cplus.com.pl/index.up?zm=19&do=2, Stand 28. Juli 2002.

³⁸⁷ Dieses Unternehmen war 1993 gegründet worden. An der Spitze von *CME* standen der Erbe des Kosmetikkonzerns *Estée Lauder*, *Ronald Lauder*, und der ehemalige US-Botschafter in Ungarn, *Mark Palmer*. Zwischen 1994 und 1997 avancierte *CME* zum führenden Rundfunkinvestor in Mittel- und Osteuropa. Neben den Beteiligungen an *TVN* befanden sich im Besitz von *CME* wesentliche Anteile an den Sendern *Nova TV* und *Radio Alfa* in Tschechien, *PRO TV* in Rumänien, *POP TV* in Slowenien, *Markiza TV* in der Slowakei, *Studio 1 + 1* in der Ukraine sowie *TV3* in Ungarn (vgl. Sobiepanek 1997b; *Central* 1998; *CME* 1997).

Tochterunternehmen der polnischen Holding International Trading and Investment Corp. (ITI)³⁸⁸. Gründer dieser an der Luxemburger Börse notierten Gesellschaft, die ein sehr kompliziertes Beteiligungsgeflecht hat, waren der polnische Kaufmann Jan Wejchert und der polnische Fernsehregisseur Mariusz Walter, der sich in den siebziger Jahren mit progressiven Sendungen im zweiten Programm des staatlichen Fernsehens einen Namen gemacht hatte. Wejchert und Walter hatten sich – damals gemeinsam mit CLT – bereits in dem ersten Lizenzvergabe-Verfahren ohne Erfolg um die landesweite Sendelizenz beworben (vgl. Mac 1997 : 106; Barlik/Błaszczak 1996; Sobiepanek 1997a). Die amerikanische Partnergesellschaft CME formulierte für *TVN* ehrgeizige Ziele: Innerhalb des ersten Jahres nach dem Sendestart sollte *TVN* einen Marktanteil von 20 Prozent am nationalen Werbemarkt und innerhalb von drei Jahren bis zu 85 Prozent aller Zuschauer erreichen (vgl. Sobiepanek 1997a; Sobiepanek 1997b; *Poland* 1997c).

Genau einen Monat nach Sendebeginn von *TVN* wurde am 3. November 1997 der seit Dezember 1995 in Südpolen sendende überregionale Sender *TV Wisła* für 20 Millionen US-Dollar von *TVN* übernommen. Der Fernsehsender *TV Wisła*, an dem die branchenfremden polnischen Industrieunternehmen Realbud und Efekt sowie weitere polnische Einzelaktionäre beteiligt waren, hatte im Jahre 1994 vom Nationalen Rundfunkrat eine überregionale Sendelizenz erhalten, sich aber niemals erfolgreich entwickelt. Dem Sender hatte es ständig an Kapital und damit an attraktiven Programmressourcen gemangelt. Die Sendezeit wurde deshalb mit einem Low-Budget-Programm gefüllt. Aus der Perspektive von *TVN* betrachtet war *TV Wisła* ein optimaler Partner. Der Sender hatte Ende 1996 eine technische Reichweite von 20 Prozent aller polnischen Haushalte und war somit in der Lage, potentiell rund 7,8 Millionen Fernsehzuschauer zu erreichen. Durch den Zusammenschluss mit *TV Wisła* konnte *TVN* den Status eines beinahe landesweiten Senders erlangen. Zunächst erwarb *TVN* 49 Prozent der Anteile an *TV Wisła*, in einem zweiten Schritt 76,5 Prozent und schließlich im November 1997 100 Prozent (vgl. Jakubowicz 1998 : 41; Jakubowicz 1997 : 67; *CME* 1997; *Poland* 1997c : 120f.; Kasprów 1998 : 28).

Die anfängliche Programmstrategie von *TVN* bestand darin, sich mit lokaler und regionaler Berichterstattung sowie einem Frontalangriff auf das erfolgreiche Nachrichtenprogramm des ersten Programms des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens, *Wiadomości* (Nachrichten), zu profilieren. Für den Bereich Information warb *TVN* den sehr populären Jungstar des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens, Tomasz Lis, als Hauptmoderator der Nachrichtensendung ab. Für die Unterhaltung hat *TVN* weitere sehr beliebte polnische Fernsehstars, darunter die Moderatorin Monika Olejnik und den Zuschauerinnen-Schwarm Krzysztof Ibisz, gewinnen können sowie bekannte und beliebte US-Serien wie *Beverly Hills 90210* eingekauft (vgl. Bąkowska 1997; Sobiepanek 1997b; *Poland* 1996f; Kasprów 1998 : 26). Im Spielfilm-Bereich wollte *TVN* auf einen Wettbewerb mit den etablierten Anbietern zunächst verzichten. ITI-Gründer Jan Wejchert begründete das folgendermaßen (vgl. *Poland* 1996f.): „You have more choices on Canal+, you have state TV ... If you watch PolSat, it's one movie after the other. And what we want to provide are talk shows, games, sports, business information, programmes on cooking and good health.“

³⁸⁸ Laut Branchenschätzungen hatte dieses Unternehmen 1996 einen Marktwert in Höhe von 128 Millionen US Dollar (vgl. Barlik/Błaszczak 1996).

In den ersten Wochen nach Sendestart zeichnete es sich ab, dass *TVN* seine hoch gesteckten Ziele, nämlich bis zum Jahresende 25 Prozent des Markts zu erobern, mit diesem Programmkonzept nicht erreichen würde. Trotz einer intensiven Werbekampagne blieb der Zuschauermarktanteil mit 4,5 bis 5,5 Prozent, der Werbemarktanteil mit lediglich 1,5 Prozent weit hinter den ursprünglichen Erwartungen zurück (vgl. Sieniutycz 1997; Styczek 1998a; Simpson 1998 : 38f.). Im Vergleich zu ihrem Engagement bei *Polsat* reagierte die polnische Werbewirtschaft auf den neuen TV-Anbieter sehr verhalten. Das mag daran gelegen haben, dass *TVN* trotz der Frequenzkette im Süden Polens nur über eine technische Reichweite von insgesamt etwa 55 Prozent verfügte. Allerdings konnte *TVN* von Anfang an 22 der 25 größten polnischen Städte erreichen, also 60 Prozent der Bevölkerung beziehungsweise eine Gruppe, die 80 Prozent aller Konsumausgaben tätigt (vgl. Sobiepanek 1997a; Sobiepanek 1997b). Bei der Suche nach den Ursachen für den bescheidenen anfänglichen Erfolg von *TVN* wurde auch die Heterogenität des Publikums diskutiert. Vor bestehenden Unterschieden in der Mentalität und Kultur bei der Küstenbevölkerung in Polens Norden und der Bergbevölkerung in Polens Süden hatte bereits Anfang 1997 die auf Medien spezialisierte *Rzeczpospolita*-Journalistin Beata Modrzejewska (1997a) gewarnt.

Rund ein halbes Jahr nach Sendestart wurde *TVN* zwar als ein dynamischer Sender eingestuft, sein Marktanteil ging jedoch nicht über die knapp fünf Prozent, die auch die regionalen Anstalten des Polnischen Fernsehens gemeinsam verbuchen konnten, hinaus (vgl. *Walka* 1998j). Nach dem ersten halben Jahr Betrieb sah sich *TVN* dazu gezwungen, am 2. Mai 1998 eine durchgreifende Programmreform durchzuführen. Der Versuch, mit dem Nachrichtenmagazin *Fakty* (Fakten) der Hauptnachrichtensendung des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens Zuschauer abzuziehen, war gescheitert. Weniger als drei Prozent der Zuschauer nutzten diese Alternative. Die *TVN*-Nachrichten wurden bei der Reform um eine halbe Stunde auf 19 Uhr vorverlegt. Die Bilanz des ersten halben Jahres fiel auch in einem Bereich unerfreulich aus, der vom *TVN*-Chef Mariusz Walter als Aushängeschild konzipiert worden war: Politische Sendungen, darunter die von den beiden bekannten polnischen Journalisten Monika Olejnik³⁸⁹ und Bogdan Rymanowski geführte Interview-Sendung *Kropka nad i* (Das Pünktchen auf dem i), mit der *TVN* seine journalistische Kompetenz unter Beweis stellen wollte, fanden beim polnischen Fernsehpublikum nur wenig Anklang. *Kropka nad i* wurde bei der Reform auf eine spätere Sendezeit verschoben, anstelle der Interview-Sendung wurden an diesem Sendeplatz erotische Filme ausgestrahlt. In das Nachmittagsprogramm wurde bei der Reform der Programmblock Serie – Film – Serie eingeführt, was sich mittelfristig als strategisch sinnvoll erwies: Mehr als eine Million zusätzliche Zuschauer konnte *TVN* dadurch gewinnen (vgl. Modrzejewska 1998l; Kasprów 1998 : 26f.).

Die US-amerikanische Holding CME reagierte auf die ersten Rückschläge nervös, was sich darin ausdrückte, dass das Verhältnis zwischen dem US-amerikanischen Partner und *TVN*-Chef Mariusz Walter merklich abkühlte. Diese Reaktion beruhte auch darauf, dass die CME-Holding an der Nasdaq in New York

³⁸⁹ Monika Olejnik erhielt 1998 die Auszeichnung *Journalist des Jahres* (vgl. *Grand* 1999 : 42).

beträchtliche Kursverluste³⁹⁰ hinnehmen musste, nachdem bekannt geworden war, dass die Anlaufverluste für die Engagements in Polen und Ungarn in den ersten drei Quartalen des Jahres 1998 insgesamt 88,7 Millionen US-Dollar betragen. Anfang Dezember 1998 gab das US-amerikanische Unternehmen schließlich öffentlich bekannt, dass es sich aus dem *TVN*-Projekt komplett zurückziehen wollte. Seinen 33-prozentigen Anteil verkaufte CME an den polnischen Partner ITI Holding (vgl. Filipowicz 1998b; Zalewska 1998a; Kasprów 1998 : 27).

Dass der US-amerikanische Investor den polnischen Privatsender möglicherweise viel zu schnell aufgegeben hat, zeigte die Entwicklung in den nächsten Jahren. Bis zum Jahre 2001 entwickelte sich *TVN* zum viertbeliebtesten polnischen Fernsehprogramm mit soliden Anteilen auf dem Zuschauermarkt (11,70 bis 15,70 Prozent) und auf dem Werbemarkt (18 bis 21,98 Prozent)³⁹¹. „Der Rückzug [vom CME – K.H.] hat dem Sender nicht nur nicht geschadet, sondern wie Mitarbeiter urteilen sogar geholfen. [...] Das amerikanische Know-how, das zu den polnischen Realitäten nicht passte, hat sich nicht bestätigt. Nach der Übernahme aller Anteile durch ITI ist der Sender mit Verve gestartet.“³⁹² (vgl. Modrzejewska 1999 : 204). Das Programm von *TVN* zeichnet sich vor allem durch eine Mischung aus Nachrichten und Information, Spielfilmen und Unterhaltung (Musikprogramme, Talk Shows, Satire etc.) aus. 2001 machte *TVN* von sich reden, als es erstmals das Format der Reality Show (*Big Brother*) sowie den 24stündigen Nachrichtenkanal *TVN 24* auf den polnischen Fernsehmarkt einführte. Für diese innovativen Projekte zeichnet sich Piotr Walter verantwortlich, der im Jahre 2001 die Leitung des Senders von seinem Vater Mariusz Walter übernommen hat (vgl. *Mariusz* 2001).³⁹³ Einen neuen Investor und Partner hat *TVN* im Frühjahr 2000 gefunden. Damals wurde bekannt gegeben, dass das international agierende Medienunternehmen Scandinavian Broadcasting Systems/SBS 33 Prozent der *TVN*-Anteile für insgesamt 175 Millionen US Dollar übernehmen wird (vgl. Błaszczak 2000a; Głowacka 2000b : 24)³⁹⁴.

TV 4/Nasza Telewizja

Ein weiterer privater Fernsehanbieter, der vom Nationalen Rundfunkrat eine überregionale Lizenz erhalten hat, war der Sender *Nasza Telewizja* (Unser Fernsehen). Die Betreibergesellschaft von *Nasza Telewizja* war die Aktiengesellschaft Polskie Media SA, die im März 1995 auf Initiative von neun bis dahin brachenfremden polnischen Geschäftsleuten und drei weiteren polnischen ebenfalls brachenfremden Unternehmen gegründet worden war. Das Startkapital betrug damals lediglich 250.000 neue Polnische Złoty³⁹⁵, sollte bei Erhalt der Konzession aber auf 36 Millionen neue Polnische Złoty³⁹⁶ Betriebskapital aufgestockt werden (vgl. *Nasza* 1998a; *Nasza* 1998a; Barlik/Błaszczak 1996; Mielczarek 1998 : 132).

³⁹⁰ Der Kurs der CME-Aktie rutschte von 30 auf 6,5 US Dollar (vgl. Zalewska 1998).

³⁹¹ Diese Angaben beziehen sich auf die Wochen vom 26. Februar bis 4. März sowie 24. bis 30 September 2001. Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/0109.html sowie www.agb.pl/data/0109.html, Stand: 5. August 2002.

³⁹² „Odejscie nie tylko nie zaszkodziło stacji, ale jak twierdzą pracownicy, wręcz pomogło. [...] Nie sprawdziło się też amerykańskie know-how, nie przystające do polskich realiów. Po odkupieniu przez ITI całości udziałów, stacja ruszyła z werwą.“

³⁹³ Vgl. hierzu: www.tvn.pl/ctj.htm, Stand: 12. Juni 2002.

³⁹⁴ Vgl. hierzu: www.tvn.pl/ctj.04.htm, Stand: 12. Juni 2002.

³⁹⁵ Das sind rund 60.000 Euro.

Der Sender *Nasza Telewizja* verfügte 1997 dank der terrestrischen Lizenz für eine Frequenzkette in Zentralpolen und der Einspeisung in rund 200 Kabelnetze über eine technische Reichweite, mit der etwa 16 Millionen Fernsehzuschauer erreicht werden konnten. Der Warschauer Sender hat darüber hinaus mit einem Verbund mehrerer lokaler im Westen Polens angesiedelter Sender eine Vereinbarung für deren Übernahme des Mantelprogramms von *Nasza Telewizja* getroffen. Die dem *TV Odra*-Verbund angeschlossenen Sender strahlten in der Zeit von 16.00 bis 24.00 ausschließlich das Programm von *Nasza Telewizja* aus. Rund ein Drittel des Programms von *Nasza Telewizja*, das in der Woche um 8.00 Uhr und am Wochenende um 7.30 Uhr begann und um etwa 2.00 Uhr endete, wollte *Nasza Telewizja* selbst produzieren, den verbleibenden Teil bei externen Produzenten einkaufen (vgl. *Nasza* 1998b).

In der polnischen Öffentlichkeit wurde immer wieder gemunkelt, dass das relativ kapitalschwache Unternehmen *Polskie Media SA*, an dem die polnisch-amerikanische Gesellschaft *ProCable* zu 22 Prozent beteiligt war, die in ökonomischer Hinsicht attraktive Sendelizenz für Zentralpolen von dem Nationalen Rundfunkrat nur deshalb erhalten hatte, weil einige Gesellschafter sehr enge Kontakte zu der politischen Linken pflegten, die das Gremium ab Mitte der neunziger Jahre dominierte. Die Lizenz für *Nasza Telewizja* soll angeblich der Preis dafür gewesen sein, dass die Demokratische Linksallianz (*SLD*) sich mit der Vergabe der zweiten überregionalen Sendelizenz an den Sender *TVN* einverstanden erklärte, der von der Freiheitsunion unterstützt wurde (vgl. Mielczarek 1998 : 132; Modrzejewska 1998 : 202; Filas 2000 : 90; Rostkowski 1999 : 49).

Im Gegensatz zu dem bombastisch inszenierten Markteintritt von *TVN* hat sich der Sender *Nasza Telewizja* bereits vor dem offiziellen Sendestart am 17. Januar 1998 das Image gegeben, ein bescheidener, volksnaher und vor allem familienfreundlicher Sender zu sein (vgl. Modrzejewska 1998m). Das Programmkonzept, für das *Nasza Telewizja* warb, sollte sich an Familien und dabei in erster Linie an Frauen richten: „*Nasza TV* is addressing families where woman have the leading voice and chose TV stations for their children. The station offers comedy movies, cartoons, TV games, medical series, and popular movies. When adult movie will be shown on *Nasza TV*, a special warning sign will appear on the screen before and during the performance.“ (Sobiepanek 1998b) Zuschauer Nähe demonstrierte *Nasza Telewizja* mit der Einrichtung des speziellen gläsernen Fernsehstudios *Agnes*, das mitten in der Warschauer Innenstadt errichtet wurde. Jeden Tag hatten Bürger und Bürgerinnen die Gelegenheit, dort in einer zweistündigen Live-Sendung über Alltagsprobleme zu diskutieren (vgl. Modrzejewska 1998m; Sobiepanek 1998b). Das Studio *Agnes* verdeutlichte die Senderphilosophie, die der Vorstandsvorsitzende Henryk Chodysz folgendermaßen beschrieb: „Die Zuschauer werden unsere Stars.“³⁹⁷ (Modrzejewska 1998m)

Dass *Nasza Telewizja* mit ihrer Bescheidenheit, dem Programmkonzept und dem geringen Stammkapital gegen die zunehmende Konkurrenz auf dem polnischen Fernsehmarkt bestehen würde, wurde bereits vor dem Sendestart angezweifelt. Die auf Rundfunkangelegenheiten spezialisierte polnische Journalistin Beata

³⁹⁶ Das sind rund neun Millionen Euro.

³⁹⁷ „To widzowie będą naszymi gwiazdami.“

Modrzejewska (1997a) wagte bereits 1997 die Prognose, dass *Nasza Telewizja* sich an andere schwache Sender oder an den erfolgsverwöhnten Privatsender *Polsat* wenden würde, um auf dem Markt bestehen bleiben zu können. Sie sollte Recht behalten: Der Anteil am Zuschauermarkt betrug in einer durchschnittlichen Woche im frühen Sommer 1999 0,3 Prozent, der Anteil am Werbemarkt 1,43 Prozent³⁹⁸. Auch ein dreiviertel Jahr später zeichnete sich keine bemerkenswerte Wende ab. Im Verbund mit der lokalen Sendekette *TV Odra* betrug der Anteil am Zuschauermarkt in einer durchschnittlichen Woche im Februar 2000 1,8 Prozent, der Anteil am Werbemarkt 1,29 Prozent³⁹⁹.

Im Sommer 1999 verzeichnete *Nasza Telewizja* Monat für Monat einen Verlust in Höhe von drei Millionen neuen Polnischen Złoty⁴⁰⁰. Der gesamte Schuldenberg überstieg 60 Millionen neue Polnische Złoty⁴⁰¹. Ende März 2000 zeichnete es sich ab, dass *Nasza Telewizja* alleine nicht überleben konnte, was zur Folge hatte, dass der Sender zunächst mit dem Satellitenprogramm *Polsat 2* fusionierte und das Programmkonzept und den Sendernamen änderte: Seit dem 1. April 2000 ist *Nasza Telewizja* als *TV 4* auf Sendung. Der Sender nutzt die terrestrischen Frequenzen von *Nasza Telewizja* und strahlt auch über den Satelliten Eutelsat Hot Bird aus (vgl. Zalewska 2000e; *Media* 2000a; *Czas* 2000)⁴⁰².

Durch die Fusion konnte die potentielle Reichweite von 40 auf 63 Prozent aller polnischer Zuschauer erhöht werden. Das Programmformat wurde in der Weise geändert, dass Quotengaranten wie *Ally McBeal* und *Die Simpsons* neue Zuschauer locken sollten. Als neue Zielgruppe wurden junge, vermögende und in Ballungsräumen wohnende Polen und Polinnen definiert (vgl. Zalewska 2000e). Ein halbes Jahr nach der Fusion hatte *TV 4* einen Anteil am Zuschauermarkt von 3,3 Prozent, der Anteil am Werbemarkt betrug 11,42 Prozent⁴⁰³. Wie die Entwicklung zeigte, ist es *TV 4* bis 2001 nicht gelungen, an den Erfolg von *TVN* anzuknüpfen. Ende September 2001 betrug der Anteil am Zuschauermarkt 3,4 Prozent, der Anteil am Werbemarkt 5,07 Prozent⁴⁰⁴.

Seit 2000 wird *TV 4* von *Polsat* und *TVN* kontrolliert. Die beiden privaten Fernsehanbieter schlossen damals ein Zweckbündnis, um Anteile der Aktiengesellschaft *Polskie Media* zu erwerben und somit einer Übernahme des Senders durch einen möglicherweise ernsthaften dritten Anbieter zuvorzukommen. Die *Polsat*-Tochtergesellschaft *Trans Media Group* entwickelte sich zum Hauptaktionär von *TV 4* (vgl. Zalewska 2002a).

Die kommerziellen lokalen und regionalen Fernsehsender

Im Rahmen des ersten Lizenzierungs-Verfahrens vergab der Nationale Rundfunkrat insgesamt elf Lizenzen für lokale und regionale Fernsehsender. Neben dem im folgenden Abschnitt gesondert erwähnten Sender

³⁹⁸ Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/9923.html, Stand: 5. August 2002.

³⁹⁹ Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/0008.html, Stand: 5. August 2002.

⁴⁰⁰ Das sind rund 750.000 Euro.

⁴⁰¹ Das sind rund 15 Millionen Euro.

⁴⁰² Vgl. hierzu auch: www.tv4.pl/onas.html, Stand: 7. August 2002.

⁴⁰³ Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/0038.html, Stand: 5. August 2002.

⁴⁰⁴ Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/0139.html, Stand: 5. August 2002.

Telewizja Niepokalanów, handelte es sich um folgende Anbieter, die ein lokales und regionales Fernsehprogramm betreiben durften: *Telewizja Bryza* (Woiwodschaft Koszalin); *Studio NTL* (Woiwodschaft Piotrków); *Telewizja AVAL* (Woiwodschaft Jeleniogóra); *Telewizja Luban* (Woiwodschaft Jeleniogóra); *Telewizja Dolnośląska „TeDe“* (Woiwodschaft Wałbrzych und Wrocław/Breslau); *Telewizja Legnica* (Woiwodschaft Legnica); *Sky-Orunia* (Woiwodschaft Gdańsk/Danzig); *Telewizja Zielonogórska TV 51* (Woiwodschaft Zielonogóra); *Telewizja Vigor* (Woiwodschaft Gorzów); sowie *Wielkopolska Telewizja Regionalna* (Woiwodschaft Pilske) (vgl. Mielczarek 1998 : 131).

Dem euphorischen Start nach Erhalt der regionalen und lokalen Sendelizenzen folgte bei den Veranstaltern kurze Zeit später eine klare Ernüchterung im Hinblick auf die mit einem kontinuierlichen Programmbetrieb verbundenen Kosten. Die beiden Sender *Sky-Orunia* und *Wielkopolska Telewizja Regionalna* erlebten einen finanziellen Kollaps und mussten den Betrieb einstellen. 1998 existierten nur noch acht der 1994 zugelassenen elf regionalen und lokalen Fernsehsender. Sechs im Westen Polens angesiedelte Sender – darunter *TeDe*, *Telewizja Legnica*, *TV 51*, *Bryza*, *VIGOR* und *NTL* – haben sich zu einer Interessensgemeinschaft unter dem Namen *TV Odra* zusammengeschlossen. Über diesen Verbund kaufen die Lokal- und Regionalsender Programme ein, vermarkten ihre Werbezeiten und organisieren ihr Mantelprogramm, das anfangs von der *Polsat*-Tochtergesellschaft PAI Film geliefert wurde und seit 1998 von dem neuen überregionalen Sender *Nasza Telewizja* bezogen wird (vgl. Modrzejewska 1997a).

3. 2. 2. Lizenzierte katholische Sender

TV Puls/Telewizja Niepokalanów

Der Sender *Telewizja Niepokalanów*⁴⁰⁵ war seit dem 20. Januar 1996 als erster katholischer Sender Mittel- und Osteuropas auf Sendung. Bis zur Entscheidung des Nationalen Rundfunkrates, dem katholischen Sender in der zweiten Runde der Sendelizenz-Vergabe zusätzliche terrestrische Frequenzen für die Städte Kraków (Krakau), Łódź (Lodz) und Opole (Oppeln) zuzuweisen, war *Telewizja Niepokalanów* gemäß der regionalen Lizenz, die der Sender in der ersten Vergabe-Runde erhalten hatte, nur in der südwestlich von Warschau gelegenen Woiwodschaft Skierniewice zu empfangen. Dort ist das Stammkloster des Franziskanerordens angesiedelt, der als Träger und Betreiber des Senders fungiert. *Telewizja Niepokalanów* war der einzige Fernsehsender, der dem in dem Rundfunkgesetz formulierten Status eines privaten Senders ohne kommerzielle Interessen, mithin dem Status eines so genannten *gesellschaftlichen* Senders entsprach (vgl. Modrzejewska 1997f; Kabiesz 2001).

Im Gegensatz zu dem landesweit verbreiteten und ultra-konservativen katholischen *Radio Maryja* verstand sich *Telewizja Niepokalanów* niemals als eine Speerspitze des katholischen Glaubens in Polen. In seinem

⁴⁰⁵ Der Sender wurde nach der Stadt Niepokalanów benannt, die im Jahre 1927 von dem Franziskaner Maximilian Kolbe gegründet worden war. Niepokalanów, wörtlich übersetzt Stadt der Unbefleckten, entwickelte sich zu einem bedeutenden religiösen Zentrum Polens.

zwischen 9.00 und 23.00 Uhr ausgestrahltem Programm wollte *Telewizja Niepokalanów* auch liberalkatholische und kirchenkritische Fernsehzuschauer erreichen. Die Ergebnisse des Experiments, ein frommes und doch zugleich populäres Programm anzubieten, nahmen teilweise komische Züge an: Beispielsweise gab es am Sonntag nach den Nachrichten aus dem Vatikan (*Wiadomości Watykańskie*) und dem Liturgischen Kalender (*Kalendarz Liturgiczny*) um 9.50 Uhr ein Gymnastikprogramm unter dem Titel *In corpore sano*⁴⁰⁶. Der Sender finanzierte sich in erster Linie durch Zuschüsse nationaler und internationaler Einrichtungen der Katholischen Kirche, durch Sonderkollekten in ganz Polen und zu einem sehr kleinen Teil durch Werbung (vgl. Szubstarski 1996; Mielczarek 1998 : 135ff.).

Telewizja Niepokalanów hatte von Anfang an Ambitionen, eines Tages sein Programm landesweit verbreiten zu können. Hoffnungen keimten auf, nachdem im Jahre 1997 das konservativ-liberale Bündnis aus *AWS* und *UW* die Regierungsverantwortung übernahm und in konservativen Politikerkreisen bald von der Errichtung eines *rechten* Fernsehsenders die Rede war. Insbesondere der damals 35-jährige, als konservativ geltende Berater des Ministerpräsidenten Jerzy Buzek, Waldemar Gasper, der bereits das katholische Sendernetzwerk *Radio Plus* mitbegründet hatte, wurde aktiv. „Gasper ist es gelungen, die Idee [eines katholischen kommerziellen TV-Senders – K.H.] innerhalb der kirchlichen, politischen und wirtschaftlichen Eliten durchzusetzen.“⁴⁰⁷ (Zalewska 2001e) Geleitet werden sollte *TV Puls* von den so genannten *Pampers-Trägern* (vgl. Janicki/Zagner 2001 : 48f.; Zalewska 2001e).

Im Namen des Franziskanerordens stellte Waldemar Gasper im Jahre 1997 sein Projekt dem Nationalen Rundfunkrat vor: Der neue kommerzielle katholische Sender sollte *TV Puls* heißen und auf den Frequenzen von *Telewizja Niepokalanów* ausgestrahlt werden. Eine Verständigung darüber war notwendig, weil der Charakter des Programms, der in der ursprünglich erteilten Sendelizenz festgehalten worden war, sich durch das neue Konzept komplett ändern würde. Der Nationale Rundfunkrat stimmte dem Projekt zu, was zur Gründung der Gesellschaft *Telewizja Familijna* (Familien-Fernsehen) führte, die zunächst für den ständig in Finanznöten steckenden Sender *Telewizja Niepokalanów* Programme vorbereiten sollte (vgl. Lubelska 2001 : 87; Styczek 1999).

Gasper und sein Team begaben sich auf Partnersuche, da für den Aufbau des neuen katholischen Fernsehsenders, der professionellen Standards entsprechen sollte, Investitionen notwendig waren, die der Franziskanerorden als offizieller Hauptanteilseigner nicht im Entferntesten aufbringen konnte. Der Partnerwahl lagen zwei Kriterien zugrunde: Erstens sollte es sich um polnische Unternehmen handeln, und zweitens sollten die Investoren eine ähnliche Auffassung in Bezug auf die Rolle des katholischen Senders haben (vgl. Styczek 1999). Im März 2000 war es schließlich soweit: Fünf große polnische Unternehmen, darunter vier bedeutende Staatsbetriebe, erklärten sich bereit, in die Gesellschaft *Telewizja Familijna*

⁴⁰⁶ Vgl. hierzu : www.waw.pdi.net/~ofmconv/tvn.html#PRZEDPOLUDNIE, Stand: 2. Januar 1998.

⁴⁰⁷ „Gasper [...] zdołał przeforsować ten pomysł wśród elit kościelnych, politycznych i biznesowych.“

insgesamt 39 Millionen neue Polnische Złoty⁴⁰⁸ zu investierten. Es verwundert nicht, dass dies einen Sturm des Protestes sowohl bei Vertretern der politischen Linken als auch anderer Parteien auslöste, weil staatliche Betriebe in eine private katholische Unternehmung involviert wurden⁴⁰⁹ (vgl. Janicki/Zagner 2001 : 48f).

Am 18. März 2001 ging *TV Puls* als ein neues, kommerzielles, gewaltfreies und kindergerechtes Programm mit „unterhaltenden und informativen“ Charakter auf Sendung⁴¹⁰. „Das wird kein katholischer Sender, sondern ein Sender der Katholiken“⁴¹¹, verkündete Programmchef Andrzej Horubała vor dem Sendestart (vgl. Filas 2001). Da die Reichweite von *TV Puls* gering war und maximal 13 Prozent aller polnischen Zuschauer das Programm empfangen konnten, bemühte sich *TV Puls* um die terrestrischen Frequenzen, die der Nationale Rundfunkrat dem Pay-TV-Sender *Canal+* entzogen hatte. Dass dies dringend notwendig war, um kommerziellen Erfolg zu verbuchen, deuteten die Einschaltquoten an: Rund ein halbes Jahr nach Sendestart betrug der Zuschauermarktanteil 1,20 Prozent, der Anteil am Werbemarkt nur 0,40 Prozent⁴¹² (vgl. Janicki/Zagner 2001 : 48f.).

Noch schwieriger wurde die Situation für *TV Puls* vor und nach den Wahlen im Herbst 2001, die durch die Linksallianz gewonnen wurden. Als sich im Sommer 2001 ein Regierungswechsel abzeichnete, begannen die staatlichen Investoren nervös zu werden, was in der Folge zu Personalwechseln, Prüfungen der Finanzen, einer Änderung des vereinbarten Geschäftsplans sowie Programmänderungen führte (vgl. Janicki/Zagner 2001 : 48f.). Ende Oktober 2001 verkündete *TV Puls*-Chef Gasper, dass die zur Verfügung stehenden Finanzen des Senders die laufenden Betriebskosten maximal neun Monate decken würden. Gleichzeitig erklärte der neue Finanzminister, Wiesław Kaczmarek, dass die in *TV Puls* involvierten staatlichen Betriebe diesen Sender nicht mehr finanzieren würden.⁴¹³ (vgl. Zalewska 2000d).

Der Franziskanerorden als offizieller Lizenznehmer von *TV Puls* sah im Programm dieses Senders keine Möglichkeit, seine Mission zu verfolgen. Am 12. September 2001 wurde deshalb ein neuer religiöser Themen-Sender feierlich in Betrieb genommen. Das Programm von *Telewizja Niepokalanów II* setzt sich aus Messen und Gebeten zusammen (vgl. Kabiesz 2001).

⁴⁰⁸ Das sind rund 10 Millionen Euro.

⁴⁰⁹ Die mit dem Bundesrechnungshof vergleichbare polnische Oberste Kontrollkammer (*NIK*) kritisierte später das Engagement des Energieunternehmens *Polskie Sieci Energetyczne* an der Gesellschaft *Telewizja Familijna* und argumentierte, dass Investitionen in eine derart unsichere Unternehmung die Grenzen des wirtschaftlichen Risiko überschreiten (vgl. Janicki/Zagner 2001 : 49).

⁴¹⁰ Vgl. hierzu: www.tvpuls.pl/index.php?tryb=1, Stand: 12. Juni 2002.

⁴¹¹ „To nie będzie stacja katolicka, ale stacja katolików.“

⁴¹² Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/0038.html, Stand: 5. August 2002.

⁴¹³ Am 14. November 2002 meldete die Betreibergesellschaft von *TV Puls* Konkurs an. Die Verluste der staatlichen Unternehmen, die in den katholischen Sender investiert hatten, belaufen sich auf insgesamt 182 Millionen Neue Polnische Złoty (rund 45 Millionen Euro). Der Gesamtverlust beträgt 321 Millionen Neue Polnische Złoty (rund 80 Millionen Euro). Hinzu kommen 109 Millionen Neue Polnische Złoty (rund 28 Millionen Euro) Schulden, die der Sender hinterlässt (vgl. Zalewska 2002b; Zalewska 2002c; Solska 2002).

3. 2. 3. Nicht lizenzierte private Fernsehsender in Polen

RTL 7

Der mit Abstand erfolgreichste nicht lizenzierte private Fernsehsender in Polen war *RTL 7*, ein Joint Venture des Luxemburger Medienkonzerns CLT-Ufa und der zu The Seagram Company Ltd. zählenden US-Film- und Fernsehproduktionsgesellschaft MCA Universal Inc. Die zwei Unternehmen waren zu gleichen Teilen an *RTL 7* beteiligt. Nachdem CLT in der ersten Runde des Lizenzvergabe-Verfahrens als Partner des polnischen Unternehmens ITI Neovision bei seinen Bemühungen, eine landesweite Sendelizenz zu bekommen, keinen Erfolg hatte, suchte der Luxemburger Konzern andere Möglichkeiten, sich auf dem polnischen Fernsehmarkt zu etablieren.⁴¹⁴

In seinen strategischen Überlegungen kam dem CLT-Konzern zugute, dass Polen die EU-Richtlinie *Fernsehen ohne Grenzen* unterzeichnet hatte und daher keine rechtlichen Möglichkeiten gegeben waren, gegen TV-Programme, die aus anderen EU-Mitgliedsländern gezielt nach Polen exportiert werden, vorzugehen. Seit dem 7. Dezember 1996 verbreitete *RTL 7* ein polnischsprachiges, familienorientiertes Programm, das von einer Basisstation in Luxemburg über den Eutelsat Hot Bird Satelliten nach Polen eingestrahlt wurde (vgl. Jakubowicz 1998 : 42; Markiewicz/Ryciak 1996). Neben rund 1,8 Millionen Haushalten, die mit einer Satellitenanlage ausgerüstet waren und das Programm empfangen konnten, wurde *RTL 7* im Laufe der Zeit in die meisten polnischen Kabelnetze eingespeist. Im Jahre 1998 hatte *RTL 7* eine technische Reichweite von 35 Prozent (vgl. *The National* 1998 : 6).

Die Leitung des werbefinanzierten Kanals *RTL 7* verpflichtete den ehemaligen Direktor des ersten Programms des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens (*TVPI*), Maciej Pawlicki, als Programmdirektor. Dessen Strategie war es, die attraktivsten Sendungen, die *RTL 7* zu bieten hatte, zeitgleich gegen schwache Programme der Konkurrenz einzusetzen (vgl. *RTL* 1996). Ziel von *RTL 7* war es, mit einem täglichen 18-stündigen Programm im Laufe der Zeit 15 Prozent des Anteils auf dem Zuschauermarkt zu erzielen. Die beiden Eigentümer von *RTL 7*, die insgesamt rund 70 Millionen Euro in den Sender investierten, hatten sich darauf verständigt, dass der Betrieb von *RTL 7* nach spätestens fünf Jahren Profit abwerfen sollte (vgl. *Poland* 1997c : 122; Markiewicz 1996c).

Nach einer Programmreform im April 1997, die darauf zielte, den Anteil von Filmen und Serien zu erhöhen, gelang es *RTL 7*, seinen Anteil auf dem Zuschauermarkt beinahe zu verdoppeln. Zwischen Februar und Oktober 1997 erhöhte sich die Durchschnittsquote von 2 auf 3,5 Prozent. Das Programmprofil von *RTL 7* setzte sich im allgemeinen aus Spielfilmen, Dokumentarfilmen, Naturfilmen, Krimi- und Comedyserien, Talkshows, Zeichentrickfilmen, Märchenfilmen sowie den populären Nachrichten *7 minut* zusammen (vgl. Sieniutycz 1997; Głowacka 1999 : 41). Nach einem durchaus viel versprechendem Start verlor *RTL 7* an Dynamik. Im Jahre 2001, fünf Jahre nach Sendestart betrug der durchschnittliche Zuschaueranteil von *RTL 7*

⁴¹⁴ Vgl. hierzu: www.clt-ufa.lu/html/news_release/TEXTS/EN/7_11_96.html, Stand: 14. Juni 1997 sowie www.clt-ufa.lu/html/news_release/TEXTS/EN/5_12_96.html, Stand: 14. Juni 1997.

2,2 bis 2,7 Prozent, der Anteil am Werbemarkt 2,61 bis 2,89 Prozent⁴¹⁵ – zu wenig, um Gewinne erwirtschaften zu können (vgl. Modrzejewska 1999 : 201). Am 21. Dezember 2001 gab das Unternehmen CLT-UFA, seit 1999 alleiniger Anteilseigner, bekannt, dass es seinen polnischen *RTL*-Ableger an die polnische Mediengruppe ITI verkauft hatte. ITI hatte die Absicht, *RTL 7* in einen zweiten *TVN*-Kanal (*TVN 7*) umzuwandeln, der per Satellit ausgestrahlt werden sollte⁴¹⁶ (vgl. *Czas* 2000).

Home Box Office (HBO)

Seit dem 12. Juli 1996 war der polnische Ableger des US-Pay-TV-Senders *Home Box Office (HBO)* auf dem polnischen Markt vertreten. Der Markteintritt erfolgte, indem der Kabelnetzbetreiber Dami in der Stadt Radom als erster begann, seinen insgesamt 70.000 Abonnenten die polnischsprachige Version von *HBO* zugänglich zu machen. Das Programm wurde von Ungarn aus über den israelischen Satelliten Amos nach Polen gesendet, wo es über die meisten Kabelnetze oder per Satellit die polnischen Fernsehzuschauer erreichte (vgl. Jakubowicz 1998 : 41). Rund 80 Prozent des Programms, das in der Woche 16 Stunden und am Wochenende 18 Stunden ausgestrahlt wurde, bestanden aus US-amerikanischen Spielfilmen. Der restliche Anteil setzte sich aus Live-Konzerten, Sportübertragungen sowie Trailern und Promotions-Spots zusammen (vgl. *The National* 1998 : 6).

HBO zeigte großes Geschick, mit den Kabelnetzbetreibern über Großabnahmeregelungen zu verhandeln. Als strategischer Fehler erwies sich jedoch, dass das Programm mit einem recht simplen Kodierungsprogramm versehen wurde, das von Zuschauer-Piraten massenhaft dekodiert werden konnte. Es währte ein jahrelanger Streit zwischen dem amerikanischen Pay-TV-Sender und dem französischen Konkurrenten *Canal+*, der vom Nationalen Rundfunkrat verlangte, die Einspeisung von *HBO* in polnische Kabelnetze zu verbieten. Mit seinen Klagen gegen *HBO* konnte sich *Canal+* allerdings weder beim polnischen Obersten Verwaltungsgericht noch beim zuständigen Gericht in Budapest, von wo aus *HBO* ausgestrahlt wurde, durchsetzen (vgl. Modrzejewska 1999 : 206). Ende 2001 waren beide Pay-TV-Kanäle auf der neuen Digital-Plattform *Nowa Cyfra+* vertreten (vgl. *Wizja* 2001; Piatek 2002 : 514).

Polonia 1

Die Verabschiedung des neuen Rundfunkgesetzes im Jahre 1992 sowie die Entscheidungen des Nationalen Rundfunkrates in der ersten Runde des Lizenzvergabe-Verfahrens im Jahre 1994 stellten zwei Ereignisse dar, die den quasi ersten kommerziellen überregionalen Fernsehsender Polens, *Polonia 1*, in die Bedeutungslosigkeit führten. Nachdem das aus zwölf Piratensendern bestehende Netzwerk *Polonia 1* im Sommer 1994 von den polnischen Strafverfolgungsbehörden zerschlagen worden war, begann der Sender am 12. September 1994 sein Programm von Italien aus über Satelliten nach Polen auszustrahlen (vgl. Dobrowolska 1996 : 313; Mielczarek 1998 : 125; Jakubowicz 1998 : 40). Am 1. Februar 1996 wurde *Polonia 1* von Finmedia, einer Tochtergesellschaft von Berlusconi's Fininvest, und unter der Leitung von

⁴¹⁵ Diese Angaben beziehen sich auf die Wochen vom 26. Februar bis 4. März sowie 24. bis 30. September 2001. Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/0109.html sowie www.agb.pl/data/0109.html, Stand: 5. August 2002.

⁴¹⁶ Vgl. hierzu die Presseerklärung der RTL-Gruppe: www.rtlgroup.com/corporate/2203.htm, Stand: 30. Juli 2002.

Mario Volano, der bereits in anderen ost- und mitteleuropäischen Ländern private Fernsehsender aufgebaut hatte, übernommen (vgl. Jakubowicz 1998 : 40; Mielczarek 1998 : 126).

In der Zeit, als *Polonia 1* als Piratennetzwerk in Polen erfolgreich agierte, bestand das Programm zu großen Teilen aus dem Angebot von Silvio Berlusconi Sender *Rete Italia*. Für die Vermarktung der Werbezeiten war ebenfalls die zu Silvio Berlusconi Medienimperium zählende Agentur Pubitalia zuständig. Die Agentur hatte das Exklusivrecht für den Verkauf der Werbezeiten des Netzwerks. In den Gebieten, in denen *Polonia 1* zu empfangen war, erreichte der Sender rund 25 bis 30 Prozent der Zuschauer (vgl. Jakubowicz 1999 : 170f.). Die Rolle, die *Polonia 1* im Jahre 2001 auf dem Polnischen Fernsehmarkt spielte, war marginal: Der Sender hatte 0,1 Prozent Zuschauermarktanteil und einen nicht mehr messbaren Anteil am Werbemarkt⁴¹⁷.

Sonstige Fernsehsender mit polnischsprachigem Programm

Bei den im Folgenden aufgeführten Sendern, die auf dem polnischen Fernsehmarkt vertreten sind, handelt es sich um Betreiber, die ihr Programm in mehreren Ländern vertreiben. Unter anderem strahlen sie auch in der polnischen Sprache aus, indem sie beispielsweise polnische Kommentatoren, Synchronisationen oder Untertitel einsetzen.

Hervorzuheben ist an dieser Stelle der Musik-Spartensender *Atomic TV*, dessen Programm eigens für Polen produziert wird. Betrieben wurde *Atomic TV* zunächst von einem Konsortium, dem das US-Unternehmen Atomic Entertainment, der britische Musikverlag Polygram, Bob Geldorfs Gesellschaft Planet 24 und einige polnische Unternehmen angehörten. Seit dem 8. April 1997 bietet *Atomic TV* seiner Zielgruppe, den 15- bis 25jährigen, rund um die Uhr ein Programm bestehend aus Musikvideos, Themensendungen zu verschiedenen Musikgattungen und Sendungen, die der polnischen Musikszene gewidmet waren. *Atomic TV* zielte von Anfang an darauf, seine technische Reichweite systematisch auszubauen (vgl. Jakubowicz 1998 : 42). Im Sommer 2000 wurde dieser erste polnische Musiksender vom Branchenriesen *MTV* übernommen. Das Programm wird seitdem zwar weiterhin in den *Atomic TV*-Studios produziert, aber vom *MTV*-Sendezentrum ausgestrahlt. *Atomic TV* ist in die meisten polnischen Kabelnetze eingespeist und auch mittels der neuen Digitalplattform *Nowa Cyfra+* zu empfangen (vgl. Matysek 2000; Kosidowski 2000 : 51).

Der französische Dokumentationskanal *Planète 24* startete sein polnischsprachiges Programm am 2. Dezember 1996. Etwa 75 Prozent des täglichen 18-stündigen Programms bestanden aus Nachrichten und Dokumentarfilmen. Daneben bot *Planète 24* etwa 200 Film-Premieren pro Jahr an (vgl. *Planete* 1997). Der französische Spartenkanal war Ende der neunziger Jahre in 370 polnische Kabelnetze eingespeist und konnte von rund 1,9 Millionen Haushalten empfangen werden (vgl. *The National* 1998 : 6). Weiterhin waren in Polen folgende Programme in polnischer Sprache verfügbar: *Discovery Channel Europe*, *Eurosport* sowie der Teleshopping-Sender *QVC*. Sie alle haben zumindest einen Teil ihres Programms in Polnisch angeboten und konnten über Satellit beziehungsweise per Kabel empfangen werden (vgl. Jakubowicz 1998 : 42f.)

⁴¹⁷ Diese Angaben beziehen sich auf die Wochen vom 26. Februar bis 4. März sowie 24. bis 30. September 2001. Quelle: AGB Polska. Vgl. hierzu: www.agb.pl/data/0109.html sowie www.agb.pl/data/0109.html, Stand: 5. August 2002.

3. 3. Digitales Fernsehen

Das digitale Fernsehen entwickelte sich seit 1998 kontinuierlich in Polen. Ende 2001 konkurrierten zwei digitale Plattformen um die polnischen Zuschauer: *Nowa Cyfra+* und *Polsat Cyfrowy*. Trotz teilweise recht hoher Abonnementkosten nutzte im Jahre 2001 jeder siebte polnische Haushalt, das sind rund eine Million, die neuen digitalen Angebote, die per Satellit ausgestrahlt werden (vgl. Dubianowski 2002).

Nowa Cyfra+

Diese erst seit Ende 2001 bestehende Digital-Plattform ist aus der Fusion zweier bis dahin miteinander konkurrierender Plattformen hervorgegangen: *Wizja TV* und *Cyfra+*. Bei *Wizja TV* handelte es sich um die erste digitale Plattform in Polen. Auf Sendung war *Wizja TV* seit dem 1. Juni 1998. Ursprünglich hatte der Betreiber von *Wizja TV*, die US-amerikanische Gesellschaft @Entertainment, die mit ihrem im Kabel-Sektor agierenden Tochterunternehmen Polska Telewizja Kablowa (PTK)⁴¹⁸ über eine eigene Vertriebsstruktur verfügte, im September 1997 angekündigt, den Digitalsender im Frühjahr 1998 in Betrieb nehmen zu wollen. Mitte April 1998 wurde öffentlich bekannt, dass das amerikanische Unternehmen sich mit der Betreibergesellschaft des Pay-TV-Senders *Canal+ Polska* zusammengeschlossen hatte, der als finanzstarker und erfahrener Partner seine eigenen Digital-TV-Pläne aufgegeben hatte und stattdessen in die digitale Zukunft von *Wizja TV* investieren wollte. Über wechselseitige Beteiligungen an dem jeweiligen Partnerunternehmen war das rund 350 Millionen Euro teure Joint Venture strukturell abgesichert worden (vgl. Styczek 1998c; Zarebski 1999 : 207).

Die US-amerikanisch-französische Kooperation zerbrach jedoch nach nur wenigen Wochen. Nach offizieller Darstellung vertraten die beiden Partner unterschiedliche Auffassungen bezüglich der zukünftigen Firmenstruktur, dem Management sowie der Dekodierungstechnologie. Der damalige Vorsitzende des Nationalen Rundfunkrates, Bolesław Sulik, bezeichnete den daraufhin seit 1998 ausgetragenen Konkurrenzkampf der ehemaligen Partnerunternehmen folgendermaßen: „*Wizja TV* and *Cyfra+* should be viewed in the context of an international American-European conflict“ (vgl. *Digital* 1999).

Ab September 1998 begann @Entertainment, die auf seiner Plattform angesiedelten Programme von einem britischen Sendezentrum aus über einen Astra-Satelliten nach Polen auszustrahlen, wo sie mit einem Decoder empfangen werden konnten. Zum Programmangebot zählten damals 15 digitale *Wizja-TV*-Kanäle: der Musik-Spartensender *Atomic TV*, der eigens geschaffene polnische Frauen-Spartensender *Twoja Wizja* sowie zahlreiche englischsprachige Sender wie *National Geographic*, *Knowledge*, *Romantica*, *Hallmark*, *Fox Kids*, *Quest TV* und *Cartoon Network* (vgl. Sobiepanek 1997a; Zarebski 1999 : 207). Rund eineinhalb Jahre später konnte die Digital-Plattform *Wizja TV*, die im Herbst 1999 von dem

⁴¹⁸ PTK zählt zu den größten Kabelanbietern in Polen (vgl. Zarebski 1999 : 207).

Telekommunikationsunternehmen United Pan-Europe Communications (UPC) übernommen worden war, beinahe 300.000 Abonnenten verzeichnen (vgl. *Czas* 2000).

Die Reaktion von *Canal+* war, dass der Pay-TV-Sender begann, seine eigene Plattform aufzubauen. Die im November 1998 gestartete Plattform *Cyfra+* konnte bis Ende 1999 ebenfalls 300.000 Abonnenten verzeichnen. Die Strategie von *Canal+* bestand darin, alle polnischen Sender unter dem Dach von *Cyfra+* zu vereinen. Diese Idee wurde in der Politik aufgegriffen und zum Projekt einer Polnischen Digital-Plattform (*Polska Platforma Cyfrowa*) weiterentwickelt. Obwohl dieses Projekt letztendlich nicht realisiert worden ist, führten die unter den polnischen Sendern geführten Gespräche im ersten Halbjahr 1999 zu einer strategischen Vereinbarung zwischen *Canal+* und dem öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehen, das verhinderte, dass *Wizja TV* die Programme der öffentlich-rechtlichen Sender verbreiten konnte (vgl. *Czas* 2000; Kuciel 1999).

Zu ersten Kooperationsgesprächen zwischen den Konkurrenten *Wizja TV* und *Canal+* kam es erst wieder im Jahre 2001. „Nach vier Jahren mörderischen Kampfes haben die Plattformen beschlossen, zu fusionieren.“⁴¹⁹ (Dubaniowski 2001b) Am 10. August 2001 unterschrieben die Betreiber der beiden Plattformen einen Kooperationsvertrag. Nachdem am 10. November 2001 das neu geschaffene Amt zum Schutze des Wettbewerbs und der Verbraucher (*UOKiK*) dieser Fusion zustimmte, konnte der endgültige Vertrag zur Gründung der neuen Plattform *Nowa Cyfra+* am 7. Dezember 2001 unterzeichnet werden. Durch die Fusion konnte *Nowa Cyfra+* Ende 2001 insgesamt 700.000 Abonnenten verzeichnen. Als Unternehmensziel wurde formuliert, dass die Abonnentenzahl bis 2004 auf insgesamt eine Million steigen sollte. Die neue digitale Plattform bietet über 40 verschiedene Fernseh- und Radioprogramme, darunter 36 in polnischer Sprache⁴²⁰ (vgl. Zalewska 2002e). Die Abonnenten können zwischen vier verschiedenen Programmpaketen wählen. Das preiswerteste (Biały/Weiß) kostet 46 neue Polnische Złoty (rund 11,50 Euro), das teuerste (Platynowy/Platin) 109 neue Polnische Złoty (rund 26 Euro)⁴²¹.

Polsat Cyfrowy

Polsat hatte 1998 vom Nationalen Rundfunkrat die Erlaubnis erhalten, Programme, die außerhalb der *Polsat*-Familie produziert werden, per Satellit zu verbreiten. *Polsat*-Eigentümer Zygmund Solorz traf daraufhin die strategische Entscheidung, nicht an dem Projekt einer Polnischen Digital-Plattform (*Polska Platforma Cyfrowa*) mitzuwirken, sondern eine eigene digitale Plattform aufzubauen (vgl. Zarębski 1999 : 207f.; Kuciel 1999). Rund ein Jahr nach Betriebsbeginn im Jahre 1999 hatte *Polsat Cyfrowy* über 200.000 Abonnenten. *Polsat Cyfrowy* bot Ende 2001 in seinem Standardpaket neben den Programmen *Polsat*, *Polsat 2* sowie *Polsat Sport* eigene Themenkanäle (darunter *Teleuniwersytet/Teleuniversität*), die Programme von *TV Puls* und *Telewizja Niepokalanów* sowie ausländische Kanäle, die polnischsprachige Programme anbieten, darunter beispielsweise *Discovery Channel*, *Cartoon Network* und *Fox Kids*. Außerdem war es auf

⁴¹⁹ „Po czterech latach morderczej walki platformy postanowili połączyć się.“

⁴²⁰ Vgl. www.wizjatv.pl/oferta/fuzja_txt.htm, Stand: 12. Juni 2002.

⁴²¹ Vgl. hierzu URL: www.cyfraplus.pl/index.up?zm=35&do=4, Stand 8. August 2002.

dieser Plattform möglich, für 19,99 neue Polnische Złoty (rund 5 Euro) zusätzlich *Playboy TV* zu abonnieren⁴²². Als Defizit von *Polsat Cyfrowy* gilt der Umstand, dass diese digitale Plattform nicht berechtigt ist, die Programme des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehen in ihrem Programmpaket anzubieten. Trotz relativ geringer Abonnement-Gebühren⁴²³ konnte *Polsat Cyfrowy* bis Ende 2001 lediglich 250.000 Abonnenten verzeichnen (vgl. Zalewska 2001f; Zalewska 2002e; Piatek 2002 : 514).

3. 4. Satelliten- und Kabelfernsehen

Satellitenanlagen und Kabelfernsehen sind in Polen sehr weit verbreitet und haben das Land zu einem der großen europäischen TV-Märkte gemacht. In den neunziger Jahren waren in Polen rund 3,3 Millionen Haushalte per Kabel und rund 2,2 Millionen über eine Satellitenempfangsanlage erreichbar. Die Popularität von Kabel und Satellit führte zu einer wachsenden Anzahl von (Satelliten-) Programmen in polnischer Sprache (vgl. Jakubowicz 1998 : 39ff.).

Genau wie das Satellitenfernsehen hatte sich auch das Kabelfernsehen sehr früh, noch zu kommunistischen Zeiten Mitte der achtziger Jahre, entwickelt. Die Normen des 1993 in Kraft getretenen Rundfunkgesetzes haben die Entwicklung des Marktes der Kabelnetzbetreiber maßgeblich beeinflusst. Bis zum Inkrafttreten der nun geltenden Regelungen waren Betreiber von Kabelnetzen lediglich verpflichtet, eine Einwilligung der Fernmeldeverwaltung für den Bau und die Nutzung von Fernmeldeanlagen sowie eine Zustimmung der Gemeinde für die Nutzung von öffentlichen Einrichtungen einzuholen (vgl. Piątek 1998 : 469). Seit 1993 müssen sich Kabelnetzbetreiber sowohl der technischen Kontrolle durch die staatliche Fernmeldeagentur (*Państwowa Agencja Radiokomunikacyjna*) unterziehen, als auch ihr Unternehmen und das Programmangebot beim Nationalen Rundfunkrat kostenpflichtig registrieren lassen. Diese neue Regelung, das Urheberrechtsgesetz von 1994, das Kabelnetzbetreiber verpflichtet, Gebühren an die Veranstalter der ins Netz eingespeisten Programme zu entrichten, sowie die mit dem Erhalt einer Kabel-Infrastruktur verbundenen Kosten, haben seitdem zu einer bedeutenden Bereinigung und Konzentration des bis dahin von unzähligen kleinen Unternehmen dominierten Marktes geführt. Die Zahl der Kabelnetzbetreiber sank in den neunziger Jahren von über 1.000 auf etwa 400. Beispielsweise sind in der polnischen Hauptstadt nur drei große Betreiber übrig geblieben (vgl. Jakubowicz 1998 : 42; *Kabelfernsehen* 1997 : 54).

Kleine Netzwerke privater Kabelkunden waren lange Zeit ein Charakteristikum des polnischen Kabelmarktes. Noch zu Zeiten des Kommunismus, im Jahre 1988, gelang es 400 Bewohnern der Warschauer Trabantenstadt Ursynów, die politischen und bürokratischen Widerstände gegen die Errichtung eines

⁴²² Vgl. hierzu URL: www.legion.pl/teletop/tele/news/htdocs/story.php?storyid=2001/5/29/20, Stand: 15. Juli 2002 sowie www.polsat.com.pl/tv/polsatcyfrowy/biezaca_oferta_2.html, Stand: 7. August 2002.

⁴²³ Das *Polsat Cyfrowy*-Abonnement betrug im Jahre 2001 pro Monat 29,90 neue Polnische Złoty (rund 7,50 Euro) zuzüglich 14,10 neue Polnische Złoty (rund 3,50 Euro) Decoder-Miete

Vgl. hierzu URL: www.polsat.com.pl/tv/polsatcyfrowy/cenniki.html, Stand: 10. Juli 2002.

Fernseh-Kabelnetzwerks und den Betrieb eines gemeinsamen Satellitenempfängers zu brechen (vgl. Markiewicz 1996b). Nach dieser Pioniertat schossen vergleichbare Mieterkollektive in ganz Polen wie Pilze aus dem Boden. Sie bestanden meistens aus einigen Hundert Mitgliedern und zeichneten sich durch großes Engagement aus. Im Laufe der Zeit zeigte es sich jedoch, dass die improvisierten Netzwerke für die rapide wachsenden Belastungen durch zusätzliche Kanäle nicht ausgelegt waren. Viele Kollektive waren nach dem ersten Boom gezwungen, ihre Gemeinschaftsanlage zu modernisieren, dabei mussten sie zum Teil ein erhebliches finanzielles Risiko eingehen. Gleichzeitig drangen neue kommerzielle und durch ausländisches Kapital gestützte Kabelanbieter auf den Markt und erhöhten den Wettbewerbsdruck (vgl. Sobiepanek 1997c). Der polnische Gesetzgeber reagierte auf diese Entwicklung Mitte der neunziger Jahre. Analog zu den Beteiligungshöchstgrenzen beim Rundfunk wurde 1995 in einer Novelle des Kommunikationsgesetzes der Anteil ausländischen Kapitals bei Kabelnetz-Betreibern auf maximal 49 Prozent beschränkt (vgl. Modrzejewska 1998b; Jakubowicz 1997 : 60).

Das Register des Nationalen Rundfunkrates wies 1998 insgesamt 476 Kabelnetz-Betreiber aus, die 965 Netze mit rund 3,1 Millionen angeschlossenen Haushalten (ca. 45 Prozent aller polnischen Haushalte) unterhielten (vgl. Modrzejewska 1998b). Die bedeutendsten Kabelnetzbetreiber gründeten einen Interessensverband: die Gesamtpolnische Gesellschaft für Kabelfernsehen (*Ogólnopolskie Stowarzyszenie Telewizji Kablowej/OSTK*), die später in Gesamtpolnische Wirtschaftskammer für Kabelkommunikation (*Ogólnopolska Izba Gospodarcza Komunikacji Kablowej/OIGKK*)⁴²⁴ umbenannt wurde. Ab Mitte der neunziger Jahre dominierte zunächst das Unternehmen Polska Telewizja Kablowa (PTK), ein Tochterunternehmen der vom polnischstämmigen US-Bankier David Chase gegründeten Gesellschaft @Entertainment, mit mehr als 700.000 Kunden mit großem Abstand den Kabelmarkt. Größter Konkurrent von PTK war der US-Medienkonzern Brenan Communications, der sich in Astercity⁴²⁵ und den Krakauer Anbieter Auto-Com eingekauft und damit mehr als eine Viertelmillion Kunden hatte (vgl. Sadowska 1997 : 68). Ende 2001 wurde der polnische Kabelmarkt durch die Tochtergesellschaft des in den Niederlanden registrierten Telekommunikationsunternehmens United Pan-Europe Communications (UPC), UPC Polska, dominiert. Das Unternehmen, das im Herbst 1999 die Digital-Plattform *Wizja TV* und das Kabelnetz PTK von @Entertainment übernommen hatte, hatte im Jahre 2001 insgesamt 1.600.000 Abonnenten (vgl. *Czas* 2000; Świderek 2001)⁴²⁶.

⁴²⁴ Vgl. hierzu: www.catv.com.pl; Stand: 7. August 2002.

⁴²⁵ Der Verbund ist aus drei Warschauer Netzen entstanden, die miteinander fusioniert haben.

⁴²⁶ Vgl. hierzu: www.krrit.gov.pl/stronykrrit/opearorzy.htm, Stand: 7. August 2002.

3. 5. Tendenzen im Fernsehangebot und Zuschauerverhalten

Ähnlich wie in den Sektoren Presse und Hörfunk ist auch das Angebot der Fernsehprogramme in den neunziger Jahren bedeutend größer geworden. In den ersten Jahren nach der Rundfunkreform, als das staatliche Fernsehen noch immer dominierte, nutzten die polnischen Zuschauer sogar die Angebote ausländischer Fernsehsender, um ihr Programmspektrum zu erweitern. Folgerichtig stießen die Angebote neuer Privatsender, die polnischsprachige Programme anboten, auf sehr großes Interesse. Zunächst handelte es sich um die Programme des Piratennetzwerks *Polonia 1*, später um die Angebote der lizenzierten und nicht lizenzierten Sender. Dies führte dazu, dass das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen seine ehemals dominierende Stellung auf dem Zuschauer- und Werbemarkt schrittweise verloren hat.

Untersuchungen des Fernsehverhaltens der polnischen Bevölkerung haben gezeigt, dass sich im Laufe der neunziger Jahre im Zuschauerverhalten Veränderungen vollzogen haben. Das durch die neu auf den Fernsehmarkt hinzugekommenen Sender größer gewordene Angebot hat zu einem schrittweisen Anstieg der Zeit, die durchschnittlich vor dem Fernseher verbracht wird, geführt. Einer Studie des Werbezeitenvermarkters IP Polska zufolge sahen polnische Zuschauer im Jahre 1997 durchschnittlich 211 Minuten pro Tag fern, im Jahre 2000 waren es 239 Minuten (vgl. Modrzejewska 1998g; Błaszczuk 2000b). Die regelmäßig Spitzenquoten verzeichnenden⁴²⁷ Fiction-Programme bestätigen die fortwährende Gültigkeit einer im März 1995 durchgeführten Umfrage, der zufolge bei den polnischen TV-Zuschauern Filme und Serien mit 88 Prozent an der Spitze der Beliebtheitsskala liegen, gefolgt von Informationssendungen mit 87 Prozent, Unterhaltungssendungen mit 83 Prozent sowie Game-Shows mit 81 Prozent (vgl. Mielczarek 1996a : 62). Ein Genre, das bereits 1989 vom damals noch staatlichen Fernsehen in das polnische TV-Angebot aufgenommen wurde und seither sowohl beim öffentlich-rechtlichen Fernsehen als auch bei den privaten Anbietern zu einem festen Bestandteil geworden ist, ist die Talkshow (vgl. Borzym 1996).

Die Daten zum Fernsehverhalten polnischer Zuschauer weisen darauf hin, dass das Fernsehpublikum den Programmen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens eine größere Kompetenz bei den klassischen journalistischen Genres wie Nachrichten, Dokumentation, Hintergrundberichte und naturwissenschaftliche Sendungen zugesteht, während den kommerziellen Veranstaltern eine höhere Unterhaltungskompetenz und ein besseres Angebot an Filmen und Serien attestiert wird (vgl. Modrzejewska 1998l; Pitzer 1994 : 9).

⁴²⁷ Vgl. hierzu: www.agb.pl.

Marktanteile polnischer Fernsehsender Ende 2001

Fernsehsender	Marktanteil nach AGB ⁴²⁸	Marktanteil nach TNS OBOP
TVP 1	22,60	24,40
TVP 2	20,70	21,40
Polsat	17,50	17,80
TVN	16,30	16,00
TV 4	3,50	3,70
TVP Regional	3,30	4,20
TV Polonia	1,70	1,50
TV Puls	1,10	0,50
Polonia 1	0,30	

Quelle: Planeta (2002 : 60)

⁴²⁸ In Polen erheben zwei verschiedene auf Publikumsforschung spezialisierte Unternehmen Daten zur Fernsehnutzung. AGB Polska tut dies im Auftrag der Privatsender und Werbeagenturen, TNS OBOP im Auftrag des öffentlich-rechtlichen Polnischen Fernsehens.

Kapitel VII: Ökonomische und medienpolitische Rahmenbedingungen für die Entwicklung der polnischen Medien

1. Der polnische Werbemarkt: Medienvielfalt und Medienboom durch kletternde Werbebudgets

Die dynamische Entwicklung der polnischen Medien wäre nach dem politischen Umbruch im Jahre 1989 nicht möglich gewesen ohne eine dynamische Entwicklung des polnischen Werbemarktes, der Anfang der neunziger Jahre zunächst langsam aufkeimte und dann von Jahr zu Jahr neue Umsatzrekorde verzeichnete. Die positive Wirtschaftsentwicklung in Polen und die Tatsache, dass Polen mit rund 38 Millionen Einwohnern nicht nur für inländische Produzenten, sondern auch für die großen internationalen Konsumgüterkonzerne einen interessanten und lukrativen Absatzmarkt darstellt, hatte große Auswirkungen auf die Entwicklung des vielfältigen Angebots von Presse und Rundfunk. „The Polish advertising market [...] is undoubtedly one of the most attractive in Europe.“ (Ubysz 1999)

Die Anfänge waren zunächst bescheiden. Werbung war ein neues Phänomen im postkommunistischen Polen und polnische Kleinunternehmer, mittelständische und große Betriebe mussten erst lernen, dass in der neuen Ära des real existierenden Wettbewerbs die Menschen nicht mehr stundenlang vor den Geschäften Schlange standen, sondern dass für Produkte und Dienstleistungen sogar geworben werden musste. Gleichzeitig mussten entsprechende Strukturen, das heißt Anzeigenabteilungen und Werbeagenturen, etabliert werden. Auch ein neues Berufsbild musste eingeführt und dessen professionelle Vertreter mit dem notwendigen fachbezogenen Know-how ausgestattet werden. Der Formationsprozess der polnischen Werbebranche dauerte eine Weile. Die Fortschritte der Entwicklung des Werbemarktes bis Mitte der neunziger Jahre bewertete Bujko (1999 : 101) folgendermaßen: „Obwohl die Tradition [...] der polnischen Werbung erst wenige Jahre zurückreicht, erscheinen die Strukturen des Werbemarktes, seine Stärke, sein Umfang sowie sein Einfluß auf die Kultur durchaus beeindruckend.“

Im Jahre 1991 betragen die Ausgaben für Werbung in Polen rund 100 Millionen US-Dollar, im Jahre 1994 beliefen sie sich bereits auf das Vierfache (vgl. Dudkiewicz/Dudkiewicz 1999 : 237; Bujko 1999 : 107). Laut Jahresbericht des 1994 gegründeten und auf die Werbebranche spezialisierten Unternehmens Expert Monitor, das beispielsweise auch dem renommierten Krakauer Zeitungsforschungsinstitut als Referenz dient, betragen die Werbeausgaben im Jahre 2001 exakt 9.735.174.143 neue Polnische Złoty, was rund 2,4 Milliarden Euro entspricht (vgl. Słaby 2001). Umgerechnet auf Polens Bevölkerungszahl lagen die Ausgaben damit bei rund 63 Euro pro Einwohner.

Die Tatsache, dass sich das Werbevolumen von 1991 bis 2001 um das 24-fache vergrößert hat, verdeutlicht die Dynamik des Wachstums des polnischen Werbemarktes. Es waren und sind in erster Linie die großen Konsumgüterkonzerne wie Unilever, Procter & Gamble, Master Foods, Pepsi-Cola, Coca-Cola, Nestlé, die den polnischen Werbemarkt Jahr um Jahr zu neuen Umsatzrekorden getrieben haben (vgl. Styczek 1998a).

Angesichts der extrem hohen Wachstumsraten, in denen der Umsatz der Werbewirtschaft zumindest dreimal so stark wuchs wie die Wirtschaft des Landes insgesamt, wurde dem polnischen Werbemarkt lange Zeit eine unverändert dynamische Entwicklung prognostiziert (vgl. Gotkowski 1997). Mit Ausnahme von Tageszeitungen, die 1998 einen leichten Rückgang im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen mussten, verlief der Wachstumstrend in allen anderen Medien-Sektoren bis zum Jahr 2001 kontinuierlich aufwärts (vgl. Słaby 2001; Ubysz 1999).

Die Aufteilung der Werbebudgets auf verschiedene Medien-Sektoren veränderte sich im Laufe der neunziger Jahre nicht besonders gravierend und sah in den Jahren 1996 und 2001 beispielsweise folgendermaßen aus (vgl. Bujko 1999 : 112; Słaby 2001):

Die Aufteilung der Werbebudgets auf verschiedene Medien-Sektoren

	1995*	2001**
Zeitschriften	12,40 Prozent	14,55 Prozent
Zeitungen	13,90 Prozent	10,62 Prozent
Radio	8,10 Prozent	6,33 Prozent
Fernsehen	49,80 Prozent	62,29 Prozent
Außenwerbung	6,90 Prozent	5,70 Prozent
Kinowerbung	0,20 Prozent	0,50 Prozent

* Diese Angaben stammen von Bujko 1999 : 112.

** Diese Angaben stammen von Słaby 2001.

Die besondere Rolle des Fernsehens, das sich zum dominierenden Werbeträger entwickelt hat, ist ein Spezifikum des polnischen Werbemarktes. Der Anteil des Fernsehens an den gesamten Werbeeinnahmen war in Polen – verglichen mit dem deutschen Werbemarkt, auf dem der Print-Sektor dominiert – von Anfang an bemerkenswert groß. Jakubowicz (1999a : 176) vertrat die Auffassung, dass westliche Unternehmen besonders Anfang der neunziger Jahre die Verbraucher für ihre Konsumgüter gewinnen wollten, da sich die Präferenzen der potentiellen Kunden gerade erst entwickelten. Sie waren in erster Linie daran interessiert, die polnischen Konsumenten landesweit zu erreichen und bevorzugten daher das Fernsehen als Werbemedium. Ein anderer Grund dafür, dass das Fernsehen die führende Rolle auf dem polnischen Werbemarkt übernommen hat, mag darin liegen, dass die Kosten für die Ausstrahlung von Werbespots bei polnischen Fernsehsendern vergleichsweise niedrig sind. „Liegen die Anzeigenpreise nationaler Print-Titel nach Angaben heimischer Marktbeobachter ungefähr bei der Hälfte des westeuropäischen Niveaus, betragen die Kosten für TV Werbespots lediglich ein Achtel der Westpreise.“ (Roser 2001 : 23)

Über viele Jahre hinweg verfügte das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen quasi über eine Monopolstellung auf dem Fernsehwerbemarkt. Im Jahre 1994 hatte es sogar Schwierigkeiten, alle gebuchten Werbespots unterzubringen (vgl. Jakubowicz 1999 : 177). Das hat sich nach dem Marktzutritt neuer privater

Fernsehanbieter ab 1994 schrittweise verändert. Im Jahre 2001 sah die Aufteilung des rund sechs Milliarden neue Polnische Złoty⁴²⁹ umfassenden Budgets für Fernsehwerbung folgendermaßen aus (vgl. Słaby 2001):

Polsat	TVP 1	TVN	TVP 2	TV 4	RTL 7	MTV/ Atomic TV	TVP regional	TV Plus
29,6 %	26,93 %	20,15 %	13,66 %	5,32 %	2,53 %	0,43 %	0,3 %	0,25 %

Im Vergleich zum Fernsehen spielte der Radio-Sektor bei der Verteilung der Werbeausgaben eine ungleich kleinere Rolle. Hier dominierten seit Anfang der neunziger Jahre die kommerziellen Sender, insbesondere die 1994 lizenzierten landesweiten Privatsender *Radio RFM* und *Radio Zet*. Die Aufteilung des Werbebudgets (620 Millionen neue Polnische Złoty⁴³⁰) für Radiowerbung sah im Jahre 2001 folgendermaßen aus (vgl. Słaby 2001):

RMF	Radio Zet	PR 1	PR 3	Pogoda Warszawa	Eska Poznań	Eska Warszawa	Kolor Warszawa	Andere
33,45 %	25,5 %	5,25 %	3,92 %	2,88 %	2,6 %	2,57 %	2,27 %	21,56 %

Im Bereich der tagesaktuellen Presse ist bei der Verteilung der Werbeausgaben insbesondere die dominierende Stellung der Zeitung *Gazeta Wyborcza* hervorzuheben. Für Anzeigen in Tageszeitungen wurden im Jahre 2001 insgesamt 1,0345⁴³¹ Milliarden neue Polnische Złoty ausgegeben. Die Aufteilung der Werbebudgets im Sektor der Tageszeitungen sah im Jahre 2001 folgendermaßen aus (vgl. Błaszczak/Zalewska 2002a):

Gazeta Wyborcza	Stoleczna Gazeta⁴³²	Rzeczpos- polita	Super Express	Głos Wielkopolski	Dziennik Bałtycki	Dziennik Zachodni	Gazeta Poznańska	Andere
34,43 %	9,49 %	9,48 %	8,5 %	4,11 %	3,75 %	3,4 %	2,73 %	24,11 %

Die Aufwendungen für Anzeigen in Zeitschriften und Magazinen betragen im Jahre 2001 insgesamt 1,415 Milliarden neue Polnische Złoty⁴³³. Die Verteilung der Ausgaben für Anzeigen in Zeitschriften sah folgendermaßen aus (Błaszczak/Zalewska 2002):

⁴²⁹ Das sind rund 1,7 Milliarden Euro.

⁴³⁰ Das sind rund 177 Millionen Euro.

⁴³¹ Das sind rund 250 Millionen Euro.

⁴³² Dabei handelt es sich um die regionale Hauptstadtausgabe von *Gazeta Wyborcza*. *Gazeta Stoleczna* hatte somit unter allen polnischen regionalen Zeitungen den höchsten Anteil am Werbemarkt.

Wöchentlich erscheinende Zeitschriften und Magazine

Wprost	Polityka	Tele Tydzień	Przyja- ciółka	Pani Domu	Magazyn Gazeta	Naj	Wysokie Obcasy	Andere
15,61 %	13,91 %	7,89 %	7,87 %	6,98 %	5,63 %	4,89 %	4,47 %	32,75 %

Monatlich erscheinende Zeitschriften und Magazine

Twój Styl	Claudia	Elle	Murator	Olivia	Cosmo- politan	Playboy	Cztery Kąty	Andere
8,18 %	8,15 %	4,34 %	4,13 %	3,50 %	3,33 %	2,94 %	2,20 %	61,03 %

Nach rund einem Jahrzehnt fast explosionsartigen Werbebooms, bei dem es die Regel war, dass die jährlichen Wachstumsraten mehr als 50 Prozent betrugten, zeichnete sich im Jahre 2001 auf dem polnischen Werbemarkt erstmals eine Stagnation ab, die eine Kehrtwende ankündigte. Die ins Stottern geratene Weltwirtschaft machte sich auch in Polen bemerkbar: Die polnische Konjunktur schwächelte, die öffentlichen Haushalte befanden sich in der Krise und die polnische Regierung korrigierte das prognostizierte reale Wachstum für 2001 nach unten (vgl. Więcek 2001b; Ubysz 1999). Die Konjunkturschwäche wirkte sich auf die Werbeaktivität und das Werbevolumen unmittelbar aus, was zur Folge hatte, dass auf dem Werbemarkt eine allgemeine Rezession einsetzte. Ende Oktober 2001 konstatierte die Medienexpertin der renommierten Tageszeitung *Rzeczpospolita*, Luiza Zalewska (2001d): „Die Situation auf dem Werbemarkt ist noch niemals so schwierig gewesen.“⁴³⁴ Beispielsweise ging das Anzeigenaufkommen der beiden politischen Magazine *Polityka* und *Wprost* im ersten Halbjahr 2001 erstmals zurück: *Polityka* verzeichnete ein Minus von drei und *Wprost* sogar ein Minus von zwölf Prozent. Bei der renommierten Tageszeitung *Rzeczpospolita* erklärten sich die Mitarbeiter bereit, freiwillig Lohnkürzungen zu akzeptieren, um drohende Entlassungen zu verhindern (vgl. Roser 2001 : 23). Insbesondere die Entwicklung der verschiedenen Medien der Gesellschaft Agora spiegelt aufgrund der besonderen Stellung dieses Medienunternehmens auf dem polnischen Medienmarkt den sich für die Medien und den Werbe-Sektor abzeichnenden Trend einprägsam wider. Dass dieser fallend war, deutete beispielsweise die Tatsache an, dass das Agora-Flagschiff *Gazeta Wyborcza* im dritten Quartal 2001 26,8 Prozent weniger Anzeigenaufkommen verbuchte als im zweiten Quartal 2001⁴³⁵. Insgesamt sanken die Werbeausgaben für den gesamten Presse-Sektor im Jahr 2001 um 2,4 Prozent. Die Werbeeinnahmen der Radio-Gruppe von Agora sind in den ersten drei Quartalen des Jahres 2001 um 4,4 Prozent gefallen. Für den gesamten Radio-Sektor wurde ein Minus in Höhe von 8,8 Prozent zum Vorjahr gemeldet, davon 13,9

⁴³³ Das sind rund 350 Millionen Euro.

⁴³⁴ „Sytuacja na rynku reklamowym jeszcze nigdy nie była tak trudna.“

⁴³⁵ Hierbei muss berücksichtigt werden, dass im dritten Quartal 2001 der Angriff auf das World Trade Center in New York City stattgefunden hat, der auch in Polen einen Schock in der Wirtschaft auslöste.

Prozent auf den lokalen Märkten. Insgesamt betrachtet kann das Jahr 2001 als das Jahr der Stagnation und sich ankündigender Rezession angesehen werden. Zusammengenommen verringerten sich die Werbeausgaben im Jahre 2001 jedoch lediglich um ein Prozent, was darauf beruhte, dass das Fernsehen noch immer ein Plus in Höhe von vier Prozent verbuchen konnte (vgl. Więcek 2001b; Dubaniowski 2001b). Diese Entwicklung sowie wenig versprechende Wirtschaftsdaten ließen Ende 2001 Spekulationen wachsen, dass es aufgrund ausbleibender Werbezuwächse und sogar Rückgänge zu bedeutenden Veränderungen auf dem polnischen Medienmarkt kommen würde – und zwar durch Konkurse schwächerer Akteure oder deren Übernahme durch kapitalstarke inländische oder ausländische Mediengruppen (vgl. Błaszczak 2002a; Błaszczak/Zalewska 2002a; Błaszczak/Zalewska 2002b). Nicht nur die kommerziellen Medien, sondern auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind von einer Rezession auf dem Werbemarkt sehr stark betroffen. Bereits 1997 (87) warnte Jakubowicz, dass „das Polnische Fernsehen [...] aufgrund seiner Abhängigkeit von den Werbeeinnahmen ‚verwundbar‘ geworden [ist – K. H.]. Deren Rückgang hätte weit reichende Folgen für die audiovisuelle Industrie insgesamt.“

2. Ausländisches Kapital – Modernisierung und Expansion durch Investitionen

Die dynamische Entwicklung polnischer Medien nach der politischen Wende im Jahre 1989 wurde neben der guten Entwicklung der Werbebranche ebenfalls durch Investitionen ausländischer Unternehmen beeinflusst, die den polnischen Medienmarkt als ein lukratives Investitionsfeld relativ schnell entdeckt hatten. Nach Schätzungen der Polnischen Agentur für Auslandsinvestitionen (*Polska Agencja Inwestycji Zagranicznych/PAIZ*) haben ausländische Unternehmen bis zum Jahre 1998 insgesamt 633 Millionen US-Dollar in polnische Medien investiert. Das meiste Geld floss in den Presse- und den Fernsehmarkt (vgl. Styczek 1998e). Ende 2001 war es vor allem der Presse-Sektor, auf dem ausländische, darunter insbesondere deutsche Verleger dominierten. „Im Jahre 1990, als die ersten Entscheidungen über das Schicksal der ehemaligen RSW-Presse getroffen wurden, hatte niemand erwartet, dass in einigen wenigen Jahren ausländische Verleger die größte Kraft auf dem polnischen Markt darstellen würden. Ihr Eintritt in Polen war unabdingbar, schließlich wurde Geld für Modernisierungen und den Umbau des veralteten Produktionssystems in der Presse – von den Redaktionen bis zum Druckwesen – gebraucht.“⁴³⁶ (vgl. Bajka 1999b : 59)

Die Tatsache, dass ausländische Investitionen im Presse-Sektor, aber auch in anderen Medien- und Kommunikations-Sektoren einen bedeutenden Faktor für die Entwicklung und die in Polen anzutreffende Medienvielfalt darstellten, bestreitet in Polen fast niemand. Gleichwohl werden immer wieder kritische Stimmen laut, die vor einer Dominanz ausländischer Investoren warnen: „Kleine und arme europäische Länder bemerken sehr schnell, wie ihre eigenen Medien unter die Kontrolle ausländischer Unternehmen geraten und die Medienlandschaft denen in Entwicklungsländern ähnlicher wird, wo die Medien nicht mehr mit ihrer eigenen Stimme sprechen.“ (Jędrzejewski 1999 : 157)

Medien und ausländisches, insbesondere deutsches Kapital⁴³⁷ sind ein sehr delikates Thema in Polen. „Vom Untergang der polnischen Kultur, vom Ausverkauf der Medien, von subtiler Beeinflussung, ja sogar vom Verlust der Identität ist die Rede.“ (Romaniec 1999 : 3) Eine Untersuchung, die die beiden Kattowitzer Medienwissenschaftler Gierula und Jachimowski (1998 : 86ff.) im Jahre 1996 in vier schlesischen Woiwodschaften durchgeführt haben, ergab, dass sich jeder fünfte Befragte klar dafür ausgesprochen hat, dass polnische Medien polnische Inhaber haben sollten. Ein Viertel der Befragten war der Meinung, dass ausländische Investoren auf dem polnischen Medienmarkt zwar vertreten sein dürften, allerdings sollte es gesetzliche Beschränkungen geben. Ein interessantes Ergebnis der Untersuchung stellte die Tatsache dar,

⁴³⁶ „W 1990 roku, kiedy podejmowano pierwsze decyzje o losach prasy bylej RSW, nikt się nie spodziewał, że już za kilka lat zagraniczni wydawcy staną się najbardziej znaczną siłą na polskim rynku. Ich wejście do Polski było niezbędne, potrzebne były bowiem pieniądze na modernizację i przebudowę przestarzałego systemu produkcyjnego prasy – od redakcji po poligrafię.“

⁴³⁷ Beispielsweise brach ein Sturm der Entrüstung los, als Polskapresse, das polnische Tochterunternehmen der Passauer Neuen Presse, im Jahre 1998 die Allensteiner Zeitung *Gazeta Olsztyńska* erwarb. PNP-Chef Hirtreiter wurde vorgeworfen, dass er ein polnisches Symbol aufgekauft habe, da die Zeitung der masurischen Hauptstadt eine besondere, antideutsche Tradition habe. Ende des 19. Jahrhunderts hatte sich die polnische Redaktion von *Gazeta Olsztyńska* den Germanisierungsversuchen der damaligen Verwaltung erfolgreich widersetzt (vgl. Heller 1998c : 9).

dass es vor allem ältere Personen waren, die ausländischen Investitionen in den Medien skeptisch bis sehr skeptisch gegenüber standen.

Auch einige polnische Medienwissenschaftler und Politiker vertreten die Ansicht, dass der Verzicht auf eine gesetzliche Beschränkung der Anteilsbeteiligungen ausländischer Investoren im Print-Sektor ein kapitaler Fehler gewesen sei. Folgerichtig taucht seitens verschiedener politischer Gruppierungen wiederholt die Forderung auf, die Beteiligung ausländischer Investoren an polnischen Publikationen – analog zum Rundfunk und Kabelbetrieb – auf maximal 49 Prozent zu beschränken⁴³⁸ (vgl. Kalnoky 1995 : 11), wobei die Mehrheitsbeteiligungen polnischen Verlegern verkauft werden sollten. Wie realitätsnah solche Forderungen sind, ist zweifelhaft. Unzweifelhaft ist hingegen, dass derartige Postulate in der polnischen Öffentlichkeit garantiert auf Interesse stoßen und daher politisches Potential haben⁴³⁹ (vgl. Bajka 1999b : 60).

Die protektionistische und für außenstehende Beobachter bisweilen nationalistisch und rückständig wirkende Haltung vieler polnischer Bürger gegenüber ausländischen Einflüssen im allgemeinen, vor allem jedoch gegenüber ausländischen Einflüssen in den Medien, kann nur im historischen Kontext eines Landes, das 123 Jahre von der europäischen Landkarte verschwunden war⁴⁴⁰, verstanden und gedeutet werden. Die Tradition der Freiheitskämpfe und erbitterter Widerstände gegen Bedrohungen von Außen bildet bis heute einen elementaren Bestandteil des kollektiven Gedächtnisses der Polen. Kopper (1999 : 42) formulierte es treffenderweise folgendermaßen: „Massenmedien sind immer ein wichtiges Teilelement nationaler und dabei vor allem kulturell geprägter Identitätsbildung. In Polen ist diese Bedeutung um den Faktor an Bedeutsamkeit gesteigert, der aus der schmerzlichen und heroischen Geschichte des Landes erwächst.“

Der Zutritt ausländischer Verleger zum polnischen Pressemarkt erfolgte in verschiedenen Etappen, die der Krakauer Medienwissenschaftler Zbigniew Bajka (vgl. 1999a : 84ff.), der sich seit mehr als einem Jahrzehnt mit der Problematik ausländischen Kapitals in den polnischen Medien befasst, folgendermaßen zusammenfasste:

1. Sondierung des polnischen Pressemarktes
2. Übernahme von Publikationen bei der Auflösung des *RSW*-Konzerns
3. Herausgabe polnischer *Abziehbilder* westlicher Presse-Produkte
4. Etablierung von Vertretungen ausländischer Verlage in Polen

⁴³⁸ Dafür plädierten beispielsweise einige Mitglieder der Kulturkommission des Sejms. Sie befürchteten, dass Zeitschriften wie *Bravo* oder *Tina* zur Volksverdummung führten (vgl. Romanowicz 2001 : 62). Auch die Journalistenvereinigung *SDP* kritisierte auf ihrer Jahrestagung 1998 das niedrige Niveau einiger Frauenblätter, die von deutschen Verlagen herausgegeben werden. Insbesondere die *Geringschätzung* der polnischen Sprache wurde angeprangert (vgl. *Uchwaly* 1998 : 6).

⁴³⁹ Im Jahre 1995 sorgte ein von dem Warschauer Journalistik-Professor, Bogdan Michalski, vorbereiteter Entwurf zur Restrukturierung der polnischen Medien und des Journalismus in der Öffentlichkeit für Aufregung. Darin war unter anderem eine *Renationalisierung* der Presse vorgesehen (vgl. Kalnoky 1995 : 11).

⁴⁴⁰ Die Teilung Polens zwischen Russland, Preussen und Österreich begann 1772. Mit der dritten Teilung im Jahre 1795 endete die Eigenständigkeit Polens. Polen wurde zu einer Nation ohne Staat.

5. Wechsel der Besitzverhältnisse bei ehemaligen *RSW*-Publikationen und die Herausgabe gänzlich neuer Titel.

In der Sondierungsphase nach dem politischen Wechsel im Sommer 1989 tauchten in Polen die ersten Interessenten auf, die Bereitschaft zeigten, in polnische Medien zu investieren. Zu den Interessenten dieser Anfangsphase zählte der norwegische Orkla-Konzern, der britische Maxwell-Konzern, der französische Hersant-Konzern sowie Vertreter des deutschen Bauer-Verlages. Als erster konkreter Schritt beim Zutritt auf den polnischen Pressemarkt gilt die Übernahme polnischer Publikationen bei der Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft. „Das Interesse am ‚Erbe‘ des *RSW*-Konzerns war insofern begründet, da erstens die Anzahl der zum Verkauf stehenden Titel sehr hoch war, es zweitens einfacher erschien, die Titel zu übernehmen, die bereits auf dem Markt waren und Stammleser hatten, als neue Titel zu gründen und um neue Leser zu werben, und schließlich drittens, weil die erwarteten Preise für die zum Verkauf anstehenden Publikationen zumindest für ausländische Unternehmen nicht besonders hoch (manchmal geradezu lächerlich niedrig) waren.“ (Bajka 1999a : 84)

Der nächste Schritt ausländischer Investoren beim Marktzutritt war die Etablierung polnischer Versionen von Publikationen, die von ausländischen Verlagen im Westen herausgegeben werden und deren publizistisches Konzept sich dort bewährt hat. Dazu zählten Zeitschriften wie Mädchen (*Dziewczyna*), Popcorn, Meine Küche (*Moja Kuchnia*) oder Handarbeiten (*Robótki ręczne*). Diese Blätter wurden zunächst von neu gegründeten polnischen Verlagen herausgegeben, die von ausländischen – zumeist deutschen – Verlagen finanziell unterstützt wurden. Bereits ab 1990 begannen ausländische Presseunternehmen, auf dem polnischen Pressemarkt direkt zu agieren. Das damals geltende Recht gewährte neuen und in die polnische Wirtschaft investierenden Unternehmen so genannte *Steuerferien* und andere Starthilfen, was zu einer Gründungswelle neuer Verlage mit ausländischer Beteiligung führte. Zu den neuen Akteuren auf dem Pressemarkt zählten skandinavische Tochtergesellschaften, darunter Scandinavia-Poland Publishing House Ltd., und deutsche Tochterunternehmen des Heinrich Bauer Verlages, des Burda Verlages sowie von Gruner + Jahr.

Als folgende Etappe des Marktzutritts ausländischer Verlage gilt die Übernahme ehemaliger *RSW*-Publikationen, die nach der Privatisierung der Arbeiterverlagsgenossenschaft in der Regel in finanziellen Schwierigkeiten steckten und dringend Kapital benötigten, um die notwendigen Modernisierungen vorzunehmen. Als letzte Phase des Zutritts auf den polnischen Pressemarkt kann die Etablierung gänzlich neuer Publikationen, darunter *Claudia* und *Olivia*, durch ausländische Verlage angesehen werden (vgl. Bajka 1999a : 84ff.). Insgesamt betrachtet erfolgte „der Zutritt westlicher Investoren auf den polnischen Pressemarkt [...] aus verschiedenen Richtungen und mit Hilfe unterschiedlicher Methoden“ (Bajka 1999a : 88). Auch der Rundfunkmarkt entwickelte sich zu einem interessanten Objekt für ausländische Investoren. In den Anfängen der Transformation ließen sich zwei Formen von ausländischem Engagement im polnischen Rundfunk-Sektor verzeichnen: das altruistische und das kommerzielle. Zu der ersten Kategorie gehörte die

fachliche und finanzielle Unterstützung, die zahlreiche neu ins Leben gerufene Sender von so genannten *Freunden* – ausländischen Radiosendern, anderen Institutionen oder auch Privatpersonen – Anfang der neunziger Jahre erhalten hatten. Beispielweise profitierte der Krakauer Sender *RMF* von der Unterstützung durch das Pariser *Radio Fun* und von den Spenden einer Gruppe nach Frankreich emigrierter Exilpolen. Auch die katholischen Sender erhielten Unterstützung, unter anderem von dem US-amerikanischen Episkopat. Zu der zweiten Kategorie gehörten Unternehmen, die entweder in neu gegründete, mehrheitlich als Piraten agierende Sender investierten oder neue Stationen gründeten. Dazu gehörte beispielsweise das TV-Piratenetzwerk des italienischen Unternehmers Nicola Grauso, der durch die Errichtung von *Polonia 1* bis zum Inkrafttreten eines neuen Rundfunkgesetzes vollendete Tatsachen schaffen wollte (vgl. Filas 2000 : 84; Goban-Klas 1994 : 227f.; Jakubowicz 1999 : 170).

Der ungezügelter Expansion ausländischer Investoren im Rundfunk-Sektor ist der polnische Gesetzgeber Ende 1992 zuvorgekommen: Laut Artikel 35 des damals verabschiedeten neuen Rundfunkgesetzes sind zum Erwerb einer Konzession zur Ausstrahlung von Radio- oder Fernsehprogrammen nur polnische Staatsbürger beziehungsweise juristische Personen mit Sitz in Polen sowie multinationale Gesellschaften, an denen Ausländer mit maximal 33 Prozent beteiligt sind, berechtigt. In den entscheidenden Gremien der Rundfunkanbieter – dem Vorstand und dem Aufsichtsrat – müssen polnische Staatsbürger die Mehrheit repräsentieren: In der Gesellschafterversammlung dürfen ausländische Vertreter zusammen über höchstens 33 Prozent der Stimmen verfügen (vgl. *Ustawa* 1992).

2. 1. Ausländische Investitionen in der tagesaktuellen Presse

Der erste bedeutende ausländische Konzern, der auf dem polnischen Pressemarkt präsent war, war *Socpress* des französischen Verlegers Robert Hersant. Hersant war es in der Periode der Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft gelungen, mit Redaktionsgemeinschaften einzelner Publikationen und lokalen *Solidarność*-Verbänden Zweckbündnisse zu schmieden und mit diesen Partnern sieben Zeitungen⁴⁴¹ des ehemaligen *RSW*-Konzerns sowie 49 Prozent der Anteile an der Regierungszeitung *Rzeczpospolita*, die außerhalb des offiziellen Liquidierungsverfahrens des *RSW*-Konzerns privatisiert wurde, zu übernehmen. Vergleichbar mit anderen ausländischen Investoren, beispielsweise dem Italiener Nicola Grauso, der bei der Tageszeitung *Życie Warszawy* Anteile erworben hatte, verfügte Hersant anfangs nur über Minderheits-Beteiligungen (vgl. Stankiewicz 1998; Mielczarek 1998 : 202). „Inoffiziell gehörten diese Anteile von Anfang an *Hersant*, da die Beteiligungen der anderen Gesellschafter bei der Übernahme der *RSW*-Titel aus der Kasse des französischen Konzerns finanziert wurden.“ (Bajka 1999a : 85) Auch bei anderen privatisierten Publikationen änderten sich die Besitzverhältnisse innerhalb kürzester Zeit. Da die polnischen

⁴⁴¹ Dabei handelte es sich um die landesweite Sportzeitung *Tempo* sowie um folgende sechs regionale Zeitungen: *Wieczór Wybrzeża* und *Dziennik Bałtycki* (Gdańsk/Danzig); *Dziennik Łódzki* und *Express Ilustrowany* (beide Łódź/Lodz); sowie *Dziennik Zachodni* und *Trybuna Śląska* (Katowice/Kattowitz).

Anteilseigner mit ihren finanzkräftigen ausländischen Gesellschaftern in keiner Weise Schritt halten konnten, mussten sie nach und nach ihre Anteile verkaufen (vgl. Bajka 1999b : 60; Mielczarek 1998 : 202). Neben den im Jahre 1991 erworbenen Publikationen, kaufte Hersant außerdem in den Jahren 1993 und 1994 in zwei Etappen die Krakauer Tageszeitung *Gazeta Krakowska*, die bei der Privatisierung des ehemaligen *RSW*-Konzerns an die Mitarbeiter der Redaktion, einige Krakauer Intellektuelle, die Mitglieder des Schriftstellerverbandes, die Woiwodschafts-Behörde sowie einige private Unternehmer verkauft worden und aufgrund von Missmanagement und Wettbewerbsdruck in finanzielle Schwierigkeiten geraten war (vgl. Bajka 1999a : 87; Bajka 1999b : 60).

Neben Hersant wurde der norwegische Medienkonzern Orkla Media relativ früh aktiv in Polen. Orkla Media war bereits an der Tageszeitung *Dziennik Dolnośląski* beteiligt, die von der niederschlesischen *Solidarność* im September 1989 in Breslau gegründet worden war. Dieses Debüt war jedoch nicht erfolgreich, da die Zeitung bereits 1990 wieder eingestellt werden musste. Nichtsdestotrotz konnte sich der norwegische Konzern im Laufe der neunziger Jahre zu einem bedeutenden Akteur auf dem polnischen Pressemarkt entwickeln. Orkla schlug ab 1993 eine neue Strategie ein und begann, sich auf bereits etablierte – jedoch sanierungs- und modernisierungsbedürftige – Zeitungen zu konzentrieren. Der norwegische Konzern trat bei der Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft gar nicht in Erscheinung, sondern nahm nach der Privatisierung der *RSW*-Titel mit den neuen Eigentümern, darunter insbesondere mit den finanzschwachen Redaktionsgemeinschaften, Verhandlungen auf. Dieses Kalkül ging auf und 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, darunter in Białystok, Bydgoszcz (Bromberg), Koszalin (Koslin), Lublin, Opole (Oppeln), Rzeszów, Wrocław (Breslau) sowie Zielona Góra (Grünberg). Im Jahre 1996 übernahm Orkla Media für 46 Millionen US-Dollar (rund 46 Millionen Euro) außerdem die Anteile des Hersant-Konzerns (49 Prozent) an Polens führender Qualitäts-Zeitung *Rzeczpospolita*. Mittlerweile hält Orkla Media 51 Prozent der Anteile an *Rzeczpospolita*, die als das Flaggschiff der Orkla-Publikationen in Polen gilt (vgl. Bajka 1999b : 60 ff.; Stankiewicz 1998; Mielczarek 1998 : 204).

Deutsche Verlage begannen relativ spät, sich im Bereich der tagesaktuellen Presse in Polen zu engagieren. Zum Vorreiter wurde der bayerische Verlag Passauer Neue Presse (PNP), der den polnischen Pressemarkt erstmals im Jahre 1994 betreten hat. Das polnische PNP-Tochterunternehmen Polskapresse übernahm von dem in finanzielle Schwierigkeiten geratenen Hersant-Konzern die Beteiligungen an allen seinen polnischen regionalen Tageszeitungen und zahlte hierfür 100 Millionen DM (rund 50 Millionen Euro). Auf diese Weise wurde das Unternehmen Polskapresse Miteigentümer von acht regionalen Tageszeitungen in Gdańsk (Danzig), Katowice (Kattowitz), Kraków (Krakau) sowie Łódź (Lodz). In den folgenden Jahren übernahmen die polnische PNP-Tochtergesellschaft und deren führender Manager, Franz Xaver Hirtreiter, fünf weitere regionale Tageszeitungen in Poznań (Posen), Łódź (Lodz), Olsztyn (Allenstein) sowie Wrocław (Breslau) (vgl. Bajka 1999b : 60 f.; Szafranski/Majewski 1996/1997 : 4; Mielczarek 1998 : 203; Oniszczyk 1998 : 96).

Polskapresse wählte die Strategie, das Netzwerk ihrer in verschiedenen Regionen verbreiteten Tageszeitungen möglichst zentral zu verwalten, was sich in erster Linie auf die Anzeigenabteilung bezieht. Polskapresse konzentrierte sich außerdem von Anfang an darauf, lokale Angebote, die in den Verbreitungsgebieten der eigenen Zeitungen erschienen, zu übernehmen. Auf diese Weise wurden im Laufe der Jahre mehrere Dutzend lokaler Zeitungen aufgekauft und in das Unternehmen integriert. Durch diese Strategie erhöhte das Unternehmen Polskapresse die Anzahl der lokalen Ausgaben seiner Zeitungen auf über 50 (vgl. Bajka 1999b : 65; Stankiewicz 1998; Mielczarek 1998 : 204). Orkla Media und Polskapresse haben sich zu den Hauptakteuren auf dem regionalen Tageszeitungs-Markt in Polen entwickelt. Im Jahre 1999 betrug der Anteil von Polskapresse am regionalen Tageszeitungsmarkt 41 Prozent, der von Orkla 30 Prozent und der übrigen Verleger 29 Prozent (vgl. Bajka 1999b : 66)

Als ein weiterer bedeutender ausländischer Investor auf dem polnischen Markt tagesaktueller Presse galt einige Zeit lang Jürg Marquard, der in der Schweiz und in Deutschland verlegerisch aktiv ist. In der Anfangsphase der Privatisierung der polnischen Presse arbeitete Marquard mit dem ehemals erfolgreichen polnischen Tennisspieler Wojciech Fibak zusammen. Die Fibak-Marquard S.A. erwarb einige Publikationen in Poznań (Posen), Katowice (Kattowitz), Bielsko-Biała, Warschau und Krakau. Der Erfolg von Marquard, der im Prinzip Hauptanteilseigner der Fibak-Marquard S.A. war, kann als eher mittelmäßig betrachtet werden. Zwei von drei in Warschau angesiedelten Publikationen der Fibak-Marquard S.A., die ehemals populäre Abendzeitung *Express Wieczorny* und die an junge Leser adressierte Zeitung *Sztandar Młodych* (Standarte der Jugend), mussten eingestellt werden. Die dritte Publikation, die Sport-Zeitung *Przegląd Sportowy* (Sport-Überblick), fusionierte mit der Krakauer Sport-Zeitung *Tempo*, deren Anteile die Fibak-Marquard S.A. von Polskapresse aufgekauft hatte (vgl. Bajka 1999a : 92; Bajka 1999b : 60; *Sztandar* 1997; Mielczarek 1998 : 205; *W Expressowym* 1998 : 14).

Ausländische Investoren sind zudem an Agora, dem bedeutendsten polnischen Medienunternehmen, beteiligt. An der Gesellschaft, die unter anderem die erfolgreichste polnische Tageszeitung, *Gazeta Wyborcza*, herausgibt, ist seit Anfang der neunziger Jahre das in Atlanta ansässige US-amerikanische Unternehmen Cox Enterprises beteiligt. Nachdem die Gesellschaft Agora am 8. Januar 1999 an die Börse gegangen war, erwarben weitere ausländische Investoren Anteile an diesem Medienunternehmen. Bankers Trust Company erwarb beispielsweise ein Aktienpaket in Höhe von 14,37 Prozent. Ganz aus Polen zurückgezogen hat sich der italienische Medienunternehmer Nicola Grauso, der bei der Privatisierung des RSW-Konzerns mit seinen polnischen Partnern einen der begehrtesten und teuersten Titel, *Życie Warszawy* (Warschauer Leben), erworben hatte. Grauso war nicht nur mit seinem Piratennetzwerk *Polonia 1* gescheitert, auch die ehemals hoch renommierte und lukrative Warschauer Tageszeitung entwickelte sich nach ihrer Privatisierung zu einem publizistischen und wirtschaftlichen Misserfolg (vgl. Filas 2000 : 84; Romaniec 1999 : 42; Bajka 2000b : 143).

Anteile ausländischer Unternehmen an polnischen überregionalen Tageszeitungen

Zeitungstitel	Ausländischer Anteilseigner	Anteile in Prozent
<i>Dziennik Sportowy-Przegląd Sportowy/Tempo</i>	Jürg Marquard	100
<i>Gazeta Wyborcza</i>	Cox Poland Investments Bankers Trust Company	12,24 14,37
<i>Plus Biznesu</i>	Bonnier Group	100
<i>Rzeczpospolita</i>	Orkla Media	51
<i>Super Express</i>	Tidnings AB Marieberg	50

Quelle: Bajka 2000b : 143f.

Anteile ausländischer Unternehmen an polnischen regionalen Tageszeitungen

Woiwodschaft und Stadt	Zeitungstitel*	Ausländischer Anteilseigner	Anteile in Prozent
Mazowieckie/ Warszawa	<i>Życie Warszawy</i>		
Podlaskie/ Białystok	Gazeta Współczesna Kurier Poranny	Orkla Orkla	49 100
Kujawsko- Pomorskie/ Bydgoszcz	Gazeta Pomorska Express Bydgoski	Orkla Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft	50 100
Kujawsko- Pomorskie/ Toruń	<i>Nowości</i>		
Pomorskie/ Gdańsk	Dziennik Bałtycki Wieczór Wybrzeża <i>Głos Wybrzeża</i>	Polskapresse Polskapresse	100 100
Zachodniopomorskie / Koszalin	Głos Pomorza <i>Głos Koszaliński/Ślupski</i>	Orkla	100
Świętokrzyskie/ Kielce	<i>Echo Dnia</i> <i>Słowo Ludu</i>		
Śląskie/ Katowice	Dziennik Zachodni Trybuna Śląska	Polskapresse Polskapresse	100 100
Zachodniopomorskie / Szczecin	Głos Szeciński <i>Kurier Szczeciński</i>	Orkla	100
Małopolskie/ Kraków	Gazeta Krakowska Dziennik Polski	Polskapresse Polskapresse	100 25
Lubelskie/ Lublin	Dziennik Wschodni <i>Kurier Lubelski</i>	Orkla	62,7
Łódzkie/ Łódź	Dziennik Łódzki - Wiadomości Dnia Express Ilustrowany	Polskapresse Polskapresse	100 100
Warmińsko- Mazurskie/Olsztyn	Gazeta Olsztyńska	Polskapresse	100
Opolskie/ Opole	Nowa Trybuna Opolska	Orkla	33,8
Wielopolskie/ Poznań	Gazeta Poznańska Głos Wielkopolski	Polskapresse Centrex Press (NL)	95 42,5
Podkarpackie/ Rzeszów	Nowiny <i>Super Nowości</i>	Orkla	36

Dolnośląskie/ Wrocław	Gazeta Wroclawska	Polskapresse	100
	Słowo Polskie	Orkla	50
	Wieczór Wrocławia	Orkla	97
Lubuskie/ Zielona Góra	Gazeta Lubuska	Orkla	100

Quellen: Bajka 1999b : 65; Bajka 2000b : 144f.; *Media* 2000b; Planeta 2002 : 33.

* Bei den kursiv angeführten Titeln handelt es sich um regionale Tageszeitungen, an denen ausländische Investoren nicht beteiligt sind.

Gerade im Bereich tagesaktueller Presse waren die Befürchtungen groß, dass die polnischen Zeitungen von den neuen ausländischen Inhabern politisch missbraucht werden könnten. Diese Befürchtung hat sich nicht bewahrheitet (vgl. Stankiewicz 1998). „Man muss anmerken, dass ausländische Investoren nicht sehr oft die ideelle und politische Linie ihrer Blätter beeinflussen wollen.“⁴⁴² (Mielczarek 1998 : 205) Viele

Medienwissenschaftler argumentieren, dass ausländische Verleger vor allem daran interessiert seien, in Polen Geld zu verdienen. Solange die betroffenen Publikationen Gewinne erwirtschaften, ließen sie die polnischen Redaktionsteams ungestört walten (vgl. Mielczarek 1998 : 206; Ziemer 1997 : 144).

Es gab einige wenige spektakuläre Einmischungen seitens ausländischer Verleger, die in der polnischen Öffentlichkeit aufmerksam verfolgt wurden. Beispielsweise entließ der italienische Verleger Nicola Grauso den Chefredakteur der Tageszeitung *Życie Warszawy*, weil das Blatt seiner Ansicht nach bei den Präsidentschaftswahlen im Jahre 1995 für den Kandidaten Lech Wałęsa zu deutlich Position bezogen hatte. Auch Franz-Xaver Hirtreiter, Chef der Passauer Neuen Presse, intervenierte 1997 bei der Zeitung *Dziennik Bałtycki*, als diese über mögliche Agentenkontakte des Staatspräsidenten Kwaśniewski berichtete. Er ordnete an, sich aus der heiklen innenpolitischen Affäre zurückzuziehen, entließ den verantwortlichen Chefredakteur und entschuldigte sich bei Kwaśniewski persönlich, was ihm in der polnischen Öffentlichkeit heftige Kritik bescherte (vgl. Ziemer 1997 : 144; Kopper 1999 : 39; Mielczarek 1998 : 205f.).

2. 2. Ausländische Investitionen in Zeitschriften

Wenngleich es durchaus eine Vielzahl erfolgreicher *rein* polnischer Zeitschriften- und Magazintitel und Verlage gibt, die der ausländischen Konkurrenz gewachsen sind⁴⁴³, dominieren seit Mitte der neunziger Jahre ausländische und vor allem deutsche Verlage auf dem polnischen Zeitschriftenmarkt. „Große deutsche Verlagshäuser [...] haben zu Beginn der 90er mit ihren bunten Blättern die damals tristen polnischen Gewächse vom Markt verdrängt – zügig und geräuschlos.“ (Heimann 1996 : 68)

Zum erfolgreichsten ausländischen Presseverleger in Polen hat sich der deutsche Heinrich Bauer Verlag entwickelt, der 1999 und 2000 einen Marktanteil von 18,80 Prozent verbuchen konnte (vgl. Rothe 2001 :

⁴⁴² „Trzeba zaznaczyć, że zagraniczni inwestorzy niezbyt często wpływają na linię ideową i polityczną swoich pism.“

⁴⁴³ Die sechs größten polnischen Verlage (Twój Styl, Wprost, Polityka, Proszynski, Murator und Polski Dom Wydawniczy) hatten 1999/2000 einen Marktanteil von 23,6 Prozent.

31). Bauer hatte den polnischen Zeitschriftenmarkt im Jahre 1991 betreten, indem er damals – genau wie der Burda Verlag – eine polnische Tochtergesellschaft gründete. Die von ihm zunächst herausgegebenen Titel *Tina* und *Bravo* verzeichneten an den polnischen Kiosken einen großen Erfolg (Bajka 1999a 86). Als größter Erfolg der polnischen Tochtergesellschaft von Bauer gilt das 1993 auf den Markt lancierte wöchentliche TV-Programm-Magazin *Tele Tydzień*⁴⁴⁴, das sich zur meistgekauften Publikation in Polen entwickelt hat: Von knapp zwei Millionen Druckexemplaren wurden im Jahre 2001 durchschnittlich 1,56 Millionen verkauft. In den folgenden Jahren gründete Bauer weitere neue Titel oder er übernahm bereits bestehende Publikation. Bis 2001 ist es dem deutschen Verlag gelungen, Marktführer im Segment der TV-Programm-Magazine zu werden: Rund 3,7 Millionen Exemplare des Bauer Verlages gelangen jede Woche an die polnischen Kioske, von denen 2,9 Millionen verkauft werden (vgl. Romanowicz 2001 : 62). Der ebenfalls seit 1991 auf dem polnischen Markt aktive Burda Verlag ist weit weniger erfolgreich gewesen. Sein Marktanteil lag in den Jahren 1999 und 2000 bei 0,8 Prozent (Vgl. Rothe 2001 : 31).

Zu bedeutenden Akteuren im Zeitschriften-Sektor haben sich zwei weitere deutsche Verlage entwickelt: Gruner + Jahr Polska, seit 1993 auf dem polnischen Markt vertreten, sowie Axel Springer Polska, seit 1994 in Polen aktiv. Gruner + Jahrs erfolgreichster Titel ist die Frauenzeitschrift *Claudia* – ein polnisches Pendant zu der deutschen *Brigitte*. Sie wird jeden Monat von fast 800.000 Polinnen gelesen wird. Auch Springers erfolgreichstes Blatt ist eine Frauenzeitschrift: *Pani Domu* (Die Frau des Hauses) kaufen pro Woche rund eine halbe Million polnische Leserinnen. Zu den weiteren bedeutenden ausländischen Investoren, die auf dem polnischen Zeitschriftenmarkt vertreten sind, zählen Jürg Marquard und Hachette (vgl. Rothe 2001 : 31).

Desweiteren gibt es eine Vielzahl ausländischer Verlage und Privatpersonen, die in Polen Spezial-Zeitschriften herausgeben. Zu dieser Gruppe zählen beispielsweise die amerikanischen Unternehmen Pump Publishing, das *Muscle and Fitness* und *Lady Fitness* herausgibt, IDG Poland S.A., ein Verlag, der sich auf Computer-Zeitschriften spezialisiert hat, sowie die dänische Verlagsgruppe Egmont, die den Sektor der Comics dominiert (vgl. Bajka 1999a : 89). Eine Übersicht der bedeutendsten auf dem polnischen Zeitschriftenmarkt vertretenen ausländischen Verlage und der von ihnen herausgegebenen Titel gibt die folgende Tabelle:

Verlag	Herausgegebene Titel
Axel Springer Polska (D)	Auto Świat (Auto Welt), Auto Sukces (Auto Erfolg), Auto Świat Katalog (Auto Welt Katalog), Cienie i Blaski (Schatten und Glanz) , Dziewczyna (Mädchen), Komputer Świat (Computer Welt), Komputer Świat Gry (Computer Welt Spiele), Komputer Świat Extra, Mieszkaj (Wohne), Na Żywo (Live), Olivia, Olivia Extra, Olivia Plus, Pani Domu (Die Frau des Hauses), Pani Domu Poleca (Die Frau des Hauses empfiehlt), Pani Domu Extra, Popcorn, Play, Sekrety Serca (Herzenseheimnisse)
Bonnier Business Polska (S)	Puls Biznesu (Puls der Wirtschaft)
Burda (D)	Burda, Sól i Pieprz (Salz und Pfeffer), Mój piękny Ogród (Mein schöner

⁴⁴⁴ Das TV-Programm-Magazin ist das lukrativste Blatt der polnischen Tochtergesellschaft. Produziert wird es von nur zwölf Mitarbeitern, darunter einer Sekretärin und drei Grafikern (vgl. Romanowicz 2001 : 62).

	Garten), Anne, Dobre Rady (Gute Ratschläge)
De Agostini Polska (I)	Cudowny Świat Lalek z Porcelany (Die bezaubernde Welt der Porzellanpuppen), Ładne i Proste Hafty Krzyżykowe (Schöne und einfache Kreuzstiche), Magic English, National Geographic, Zwierzad (Tiere), PC Okay!, Poznawanie Przyszłości (Die Zukunft kennenlernen), Astrologia-Tarot-Runy-I-ching, (Astrologie, Tarot, Runen und I-ching), Pieniądze świata (Das Geld der Welt), Sekrety Ludzkiego Ciała (Die Geheimnisse des menschlichen Körpers), Skarby Ziemi (Schätze der Erde), Świat Perfumów (Die Welt der Parfums)
Edipresse Polska (CH)	Dom i Wnętrze (Haus und Interieur), Mamo to Ja (Mama, das bin ich), Przyjaciółka (Freundin), Twoje Dziecko (Dein Kind), Vita, Viva
Egmonat Polska (DK)	Asteriks (Asterix), Cyber Mycha, Disney i ja (Disney und ich), Garfield, Gigant, Gwiazdne wojny komiks (Sternenkriege der Comics), Karzor Donald (Donald Duck), Królik Bugs (Bugs Bunny), Księżniczka (Prinzessin), Kubuś Puchatek (Pu, der Bär), Miki Max, Muminki, Pełny kurs w trzy dni (Kompletter Kurs in drei Tagen), Świat Gier Komputerowych (Welt der Computerspiele), Świat Komiksu (Welt der Comics), Tom i Jerry
Gruner + Jahr (D)	Biografie sławnych Ludzi (Biographien berühmter Leute), Claudia, Claudia Numer Specjalny (Claudia Extra-Ausgabe), Claudia Wydanie Specjalne (Claudia Sonder-Ausgabe), Rodzice (Eltern), Ładnie Mieszkać (Schöner Wohnen), Focus, Poznać i Zrozumieć Świat (Die kennenlernen und verstehen), Halo, Aktualności z Życia Gwiazd (Aktuelles aus dem Leben der Stars), Moje Gotowanie (Mein Kochen), Moje Mieszkanie (Meine Wohnung), Naj
Hachette Filipacci Polska (F)	Elle, Film, Samo Zdrowie (Nur Gesundheit)
IDG Poland (US)	Computerworld, Digit, Kino Domowe (Heimkino), Magazin DVD, Informator IT, Internet Standard, IT Partner, Networld, PC World Komputer
Marquard Press (CH)	Cosmopolitan, She, Przegląd Sportowy (Sportschau), CKM
Vogel Publishing (D)	Auto Expert, Auto Expert w szkole (Auto Expert in der Schule), Chip, Chip Special, Computer Easy, Internet dla każdego (Internet für alle)
Wydawnictwo Bauer (D)	Bravo, Bravo Girl, Bravo Sport, Chwila dla Ciebie (Ein Moment für Dich), Click, Imperium TV, Super Tele, Świat kobiety (Welt der Frau), Tele Świat (Tele Welt), Tele Tydzień (Tele Woche), Tina, Świat seriali (Welt der Serien), Twist, Twoje Imperium (Dein Imperium), Twój Weekend (Dein Weekend), Życie na gorąco (Leben Live)

Quelle: Bajka (1999a : 99); Jastrzębowski (1999g : 58) sowie die Website der Kammer der Presseverleger (*Izba Wydawców Prasy*), URL: www.izbaprasa.pl/wydawnictwa2.htm, Stand: 10. Februar 2002.

2. 3. Ausländische Investitionen im Rundfunk

Im Gegensatz zur Presse ist der Anteil der ausländischen Beteiligungen im Rundfunk-Sektor kleiner. Dies beruht nicht zuletzt auf den im Rundfunkgesetz verankerten protektionistischen Bestimmungen bezüglich der Beteiligung ausländischen Kapitals an polnischen Radio- und Fernsehsendern.

„Die gesetzlichen Barrieren [...] sowie der relativ niedrige Anteil am Werbemarkt [...] führten dazu, dass der polnische Hörfunk bei ausländischen Investoren auf ein relativ geringes Interesse gestoßen ist.“⁴⁴⁵ (Filas 2000 : 83f.) Bereits nach der ersten Runde der Lizenzvergabe durch den Nationalen Rundfunkrat, vor allem aber nach der zweiten Runde, die im Jahre 1997 abgeschlossen wurde, bemühten sich zahlreiche polnische

⁴⁴⁵ „Barriery prawne [...] a także płytkość rynku reklamowego [...] stały się przyczyną stosunkowo skromnego zainteresowania podmiotów zagranicznych polską radiofonią.“

Radiosender, die mit finanziellen Schwierigkeiten zu kämpfen hatten, kapitalstarke ausländische Partner zu finden. Interessenten gab es zwar durchaus, doch nicht wenige lehnten die angebotene Zusammenarbeit letztendlich ab – abgeschreckt durch die gesetzlich verankerte Dominanz der polnischen Seite bei der Entscheidungsgewalt im laufenden Betrieb und bei der Programmkonzeption. Dennoch waren im Jahre 2001 verschiedene ausländische Investoren an wichtigen polnischen Radiosendern und Sendernetzwerken beteiligt⁴⁴⁶. Zu den Mitinhabern der Dachholding von *Radio Zet*, Eurozet, gehörten beispielsweise die französische Gruppe Lagardère Active Radio International (LARI) (40 Prozent) und die von LARI kontrollierte Gesellschaft Kanoko Holdings (9 Prozent), an der wiederum der amerikanisch-britische Investmentfonds Advent International beteiligt war. Dass der ausländische Anteil bei Eurozet über den maximal zulässigen 33 Prozent lag, beruhte darauf, dass *Radio Zet* im Jahre 1994 eine Sonder-Konzession erhalten hatte, in der festgelegt worden war, dass der polnische Anteil mindestens 51 Prozent betragen müsse. Eurozet ist ebenfalls Miteigentümerin des Musiksenders *Radiostacja*, den die Holding im Jahre 2001 zu 67 Prozent übernommen hat (vgl. Filas 2000 : 85; Styczek 2000; Zalewska 2000c; Zalewska 2001b)⁴⁴⁷. Zu den Mitinhabern des überregionalen Infosenders *Radio TOK* zählten das britische Medienunternehmen GWR Group PLC (33 Prozent) sowie die zur Agora-Gesellschaft⁴⁴⁸ gehörende Tochtergesellschaft AC Radio. Die Gesellschaft AC Radio war Eigentümerin von mehr als einem Dutzend lokaler Radios, die das Unternehmen seit Mitte der neunziger Jahre aufgekauft hatte. Das überregionale *Radio WAWa* arbeitete von 1997 bis 2000 mit dem irischen Unternehmen Modular Investments zusammen. Danach wurden die Beteiligungen dieses Investors von dem deutschen Unternehmen Eurocast übernommen (vgl. Filas 2000 : 86; *Radio* 2000b). Die meisten lokalen Radiosender befanden sich im Jahre 2000 in polnischem Besitz (vgl. *Katalog* 2000 : 380ff.).

Ein größeres Interesse als im Radio-Sektor zeigten ausländische Investoren in den Bereichen Privatfernsehen und Kabel – obwohl seit der Novelle des Kommunikationsgesetzes im Jahre 1995 der Anteil ausländischen Kapitals bei Kabelnetz-Betreibern auf maximal 49 Prozent beschränkt ist (vgl. Modrzejewska 1998b). Zunächst drängte der italienische Unternehmer Nicola Grauso auf den polnischen Medienmarkt und baute das Piratennetzwerk *Polonia 1* auf. Andere Interessenten warteten auf die erste Runde der Lizenzvergabe durch den Nationalen Rundfunkrat, bei der sie sich um die erste landesweite Sendelizenz bewarben. Dabei zeigten unter anderem folgende kapitalstarke westliche Medienkonzerne großes Engagement: Time Warner, Rupert Murdoch, Bertelsmann, Kinnevik, Central European Development Corporation, der französische Pay-TV-Sender *Canal+*, CLT/Bertelsmann sowie Silvio Berlusconi. Sie gingen leer aus, weil die erste und

⁴⁴⁶ Zu 100 Prozent im polnischen Besitz befanden sich damals neben den katholischen Sendern der überregionale Sender *Radio RFM* aus Krakau sowie das überregionale Sendernetzwerk *Eska*. Das polnische Unternehmen ZPR hatte im Jahre 1996 Anteile von *Eska* von dem britischen Unternehmens Radio Trust übernommen (vgl. Filas 2000 : 85ff.).

⁴⁴⁷ Vgl. hierzu: www.eurozet.pl/struktura_udzialowa.html, Stand: 12. Januar 2002.

⁴⁴⁸ An der Gesellschaft Agora war das US-amerikanische Unternehmen Cox Enterprises im Jahre 2001 zu 12,24 Prozent beteiligt. Weitere 14,37 Prozent befanden sich im Besitz der Banker Trust Company (vgl. Bajka 2000b : 143).

einzig landesweite Lizenz an das rein polnische Unternehmen *Polsat* vergeben wurde (vgl. Kleinwächter 1994b : 22; Modrzejewska 1999 : 200; Filas 2000 : 88).

Aufgrund der traditionell freundschaftlichen Beziehungen zwischen Polen und Frankreich verwundert es nicht, dass es – analog zum Hersant Konzern im Pressebereich – der französische Pay-TV-Sender *Canal+*⁴⁴⁹ war, der als erster ausländischer Investor die Lizenz erhielt, das polnischsprachige Programm von *Canal+ Polska* in 14 größeren Städten terrestrisch zu verbreiten (vgl. Jakubowicz 1999 : 69; Filas 2000 : 89). In der zweiten Runde des Lizenzvergabe-Verfahrens erhielt ein zweiter ausländischer Investor die Chance, den polnischen Fernsehmarkt zu betreten. An dem Privatsender *TVN*, der 1996 eine Konzession erhalten hatte, war das US-amerikanische Unternehmen Central European Media Enterprises/CME zu 33 Prozent beteiligt. Nachdem CME diese Kooperation im Jahre 1999 beendet hatte, ist das international agierende Medienunternehmen Scandinavian Broadcasting Systems/SBS als neuer Partner zu *TVN* dazu gestoßen. Das Unternehmen kündigte von Anfang an, dass es mehr Anteile an *TVN* erwerben wolle – sobald die gesetzliche Lage dies zulasse (vgl. Filas 2000 : 89;).

Der ständig in finanziellen Nöten steckende zweite überregionale Fernsehsender *Nasza Telewizja*, der im Frühjahr 2000 mit dem Sender *Polsat 2* fusionierte, hatte ebenfalls einen ausländischen Partner: Das auf die Produktion von Programmen für Kabelnetze spezialisierte polnisch-amerikanische Unternehmen ProCable war mit 22 Prozent an der Betreibergesellschaft von *Nasza Telewizja* beteiligt. Die anderen privaten lizenzierten Fernsehsender, beispielsweise der 1997 mit *TVN* fusionierte Sender *Telewizja Wisła* sowie die regionalen Sender des TV-Netzwerkes *Odra*, hatten ausschließlich polnische Beteiligungen. Alle nicht lizenzierten Anbieter polnischsprachiger Fernsehprogramme, darunter beispielsweise *RTL 7*, *Polonia 1* und *HBO* befanden sich zu 100 Prozent im Besitz ausländischer Unternehmen (vgl. Filas 2000 : 90f.).

⁴⁴⁹ *Canal+* war zu 33 Prozent an dem Unternehmen *Polska Korporacja Telewizyjna (PTK)* beteiligt, das offiziell die Lizenz erhalten hatte.

3. Die polnische Medienpolitik

Im Hinblick auf die strukturelle Entwicklung und aus der Perspektive des Jahres 2001 zeichnete sich die polnische Medienpolitik der neunziger Jahre vor allem durch drei charakteristische Merkmale aus:

1. Nach den Anstrengungen, den Pressemarkt gesteuert zu pluralisieren und monopolistische Strukturen abzuschaffen, wurde der Presse-Sektor weitgehend liberalisiert und dereguliert.
2. Es wurde eine duale Rundfunkordnung eingeführt und mit dem Nationalen Rundfunkrat ein zentrales Organ geschaffen, das den Rundfunk-Sektor kontrolliert und reguliert.
3. Es wurde ein protektionistischer Rechtsrahmen für die audiovisuellen Medien geschaffen, die als Beschützer der polnischen Kultur definiert werden.

Als der Prozess der Transformation im Jahre 1989 begann, existierten kein detaillierter Plan und auch kein konkretes Konzept für die Entwicklung der Medien in einem *nicht* kommunistischen Polen. „Ironically, the speed with which the Communist system collapsed, once the process started, caught the new leaders quite unprepared, also in terms of media policy. They had expected a much longer battle. It is one thing to organize underground periodicals, publishing houses, or radio stations. It is quite another to reconstitute the entire media system.“ (Jakubowicz 1995c : 37) Die Medienpolitik, die von der ersten nicht kommunistischen Regierung unter Tadeusz Mazowiecki verfolgt wurde, wurde aus diesem Grunde oftmals kritisiert: „Die Transformation der Medien in Polen [verlief – K. H.] eher auf dem Wege einer lebhaften Negierung der Vergangenheit [...] anstelle einer kohärenten Konstruktion eines neuen Modells.“ (Goban-Klas 1999 : 58). Der Begriff Medienpolitik hatte in den Anfängen der Transformation bei den neuen Machteliten sogar eine negative Konnotation. Zu sehr wurde er damals mit dem ehemaligen System der parteilichen Lenkung von Presse und Rundfunk assoziiert (vgl. Goban-Klas 1999 : 58f.).

Wenngleich die ersten nichtkommunistischen Regierungen diesen Begriff offiziell gar nicht verwendeten, so trafen sie bereits bei der Transformation des polnischen Presse-Sektors eine bedeutende medienpolitische Entscheidung. Im Gegensatz zu der Entwicklung in anderen ost- und mitteleuropäischen Ländern, wo es nach den politischen Umbrüchen zu spontanen Privatisierungen⁴⁵⁰ im Presse-Sektor gekommen ist, wollten weder die Regierung Mazowiecki noch die Regierung Bielecki die Titel des Pressegiganten *RSW* einem derartigen Schicksal überlassen. Das medienpolitische Ziel dieser Periode war es, die polnische Presse kontrolliert zu privatisieren, bestehende monopolistische Strukturen zu beseitigen und eine Presselandschaft zu schaffen, die den neuen pluralistischen Verhältnissen entsprechen sollte. Die Privatisierung des *RSW*-Konzerns wurde sehr oft – und oft zu Recht – als widersprüchlich, intransparent und inkonsequent kritisiert. Zumindest war es aber ein Versuch, den Prozess der Pressetransformation medienpolitisch zu steuern und den Gesetzen des freien Marktes nicht gänzlich zu überlassen. Dass genau diese Entwicklung unmittelbar

⁴⁵⁰ Vgl. hierzu: Oniszczyk 1998 : 95f..

nach der Privatisierung einsetzte und der Pressemarkt komplett dereguliert worden ist, kann medienpolitisch nur als ein Beweis der Inkonsequenz der neuen Machteliten betrachtet werden.

Um eine medienpolitische Entscheidung handelte es sich auch bei der Reform des Rundfunks Anfang der neunziger Jahre. Dass sich bei den Vorbereitungen des neuen Rundfunkgesetzes keine klare Linie abzeichnete, ist angesichts der Vielzahl daran beteiligter Akteure, die ihre eigenen oder parteistategischen Interessen verfolgten, nicht verwunderlich. Als Minimalkonsens können folgende zwei grundlegende Entscheidungen angesehen werden: Erstens sollte an Stelle des diskreditierten, aber von den postkommunistischen Politeliten ebenfalls sehr gern instrumentalisierten staatlichen Rundfunks ein öffentlich-rechtliches Radio und ein öffentlich-rechtliches Fernsehen etabliert werden. Damit verbunden war die Entscheidung, in Polen eine duale⁴⁵¹ Rundfunkordnung einzuführen, bei der private Anbieter mit den öffentlich-rechtlichen konkurrieren. Zweitens, war und ist es in der polnischen Politik offenbar unstrittig, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht in völlig unabhängige Strukturen entlassen werden soll. Sowohl die Tatsache, dass eine Aktiengesellschaft des Staates als geeignete Organisationsform gewählt wurde, als auch der gewählte Berufungsmodus für den Nationalen Rundfunkrat, welcher über die personellen Strukturen in den einzelnen Abteilungen entscheidet, weisen darauf hin, dass Verbindungslinien zwischen Politik und dem öffentlich-rechtlichen Radio und Fernsehen bestehen und seitens der Politik Einflussnahme erwünscht ist.

Ein Spezifikum der polnischen Medienpolitik sind die protektionistischen Maßnahmen im Bereich der audiovisuellen Medien. Während der Pressemarkt komplett dereguliert wurde, existiert im Rundfunkbereich eine Reihe spezifischer Regelungen, die protektionistische Aufgaben erfüllen. Zunächst einmal sieht das Rundfunk- und Fernsehgesetz eine Beschränkung des Anteils ausländischer Unternehmen an polnischen Rundfunkmedien auf maximal 33 Prozent vor. Ferner gibt es eine Reihe von Bestimmungen, die die landeseigene audiovisuelle Produktion fördern sollen. Im Rundfunkgesetz ist in Artikel 15, Absatz 1 beispielsweise eine Quote von mindestens 30 Prozent der jährlichen Sendezeit polnischer Rundfunk- und Fernsehstationen für landeseigene Produktion vorgesehen, wobei Sportübertragungen, Werbung, Videotext, Gameshows und Radiowettbewerbe davon ausgenommen sind (vgl. *Ustawa* 1992). Der Nationale Rundfunkrat ist laut Artikel 15, Absatz 3 ausdrücklich ermächtigt, diese allgemeine Minimalquote zu erhöhen. Genau das passierte im Jahre 1993, als der Rat auf dem Wege einer Verordnung für die einzelnen Sender folgende Quoten für die heimische Produktion festlegte (vgl. Jakubowicz 1997 : 58):

- Nationale Programme der öffentlich-rechtliche Anbieter – 60 Prozent
- regionale Programme der öffentlich-rechtliche Anbieter – 50 Prozent
- landesweite kommerzielle Anbieter – 45 Prozent
- kommerzielle Anbieter mit einer Zuschauerzahl von über drei Millionen – 40 Prozent
- kommerzielle Anbieter mit einer Zuschauerzahl von unter drei Millionen – 35 Prozent.

⁴⁵¹ Die Idee einer trilateralen Ordnung, bei der neben den öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern ein starker Sektor nicht kommerzieller gesellschaftlicher Anbieter auf dem Markt vertreten sein sollte, wurde medienpolitisch nicht umgesetzt. Es wurden keine Anstrengungen unternommen, um strukturelle Bedingungen für einen derartigen Sektor zu schaffen.

Gegenüber der polnischen Kultur tragen die öffentlich-rechtlichen Anstalten eine besondere Verantwortung. Eine ihrer wesentlichen Aufgaben besteht darin, die polnische Kultur zu fördern, zu verbreiten und zu schützen. Zu den protektionistischen Maßnahmen zählt außerdem die im Jahre 1995 vorgenommene Novelle des Telekommunikationsgesetzes, die den Anteil ausländischer Investoren an polnischen Kabelnetzen auf maximal 49 Prozent beschränkt (vgl. Modrzejewska 1998b; Jakubowicz 1997 : 60). Der polnische Medienexperte Karol Jakubowicz (1997 : 87) bewertete diese medienpolitische Strategie folgendermaßen: „Die protektionistische Politik hat fast alles erreicht, was unter den spezifischen Bedingungen in Polen erreicht werden konnte.“

Kapitel VIII: Transformation und Entwicklungsprozess in den Medien –

Untersuchungsraster: Der polnische Pfad

In den vorangegangenen Kapiteln wurde im Detail nachgezeichnet, wie der Transformationsprozess des polnischen Massensystems verlief, welche strukturellen Charakteristika die Presse und den Rundfunk in Polen auszeichnen und wie sich der polnische Medienmarkt nach der Transformation in den neunziger Jahren entwickelte. In diesem Kapitel soll der spezifische Pfad, der den medienbezogenen Transformations- und Entwicklungsprozess in Polen auszeichnet, zusammenfassend dargestellt werden. Die zentralen Ergebnisse des empirischen Teils werden mit Hilfe des im Kapitel I, Abschnitt 2. 5. speziell für die Medientransformationsanalyse entwickelten Untersuchungsrasters auf verschiedenen Abbildungsebenen zusammengetragen und kommentiert. Die von der Autorin vorgenommenen Bewertungen sind nicht als absolut zu betrachten, sondern als Schlussfolgerungen der vorgenommenen Analyse. Im Anschluss an die Untersuchungsraster illustriert die Übersicht der Transformationsstufen und Prozessschritte den Verlauf der Medientransformation in Polen und die wichtigsten Entwicklungen, die sich in drei zentralen Phasen vollzogen haben.

1. Der äußere Rahmen der Medientransformation

Entwicklungsperspektive: Orientierung im Sinne einer Rückkehr nach Europa oder einer Hinwendung zum westlichen Typus	<ul style="list-style-type: none"> • groß • mittel • gering • nicht vorhanden
<i>Der Zusammenbruch des Kommunismus und der Systemwechsel wurde in Polen im Allgemeinen politisch und psychologisch als eine Chance zur Rückkehr nach Europa und zur Kulturgemeinde Europas empfunden, von der sich die Polen nach 1945 durch den Eisernen Vorhang getrennt fühlen.</i>	
Historische Parameter: Identifikation der Bevölkerung mit dem Kommunismus	<ul style="list-style-type: none"> • eher groß • eher gering
<i>Die Identifikation der polnischen Bevölkerung mit dem Kommunismus war eher gering. Nach 1945 warben die neuen kommunistischen Machthaber nicht mit marxistisch-leninistischen, sondern mit national-patriotischen Parolen um die Unterstützung der Bevölkerung, die sich traditionell durch antikommunistische, antirussische und antisowjetische Einstellungen auszeichnete. Die überwiegende Mehrheit der Polen empfand das kommunistische System als fremd und von Außen oktroyiert. Die polnische Nachkriegsgeschichte ist gekennzeichnet durch regelmäßige Konfrontationen zwischen dem kommunistischen Staat und der Bevölkerung.</i>	
Historische Parameter: Typ des Kommunismus bis 1989	<ul style="list-style-type: none"> • totalitär • autoritär
<i>Nachdem Polen in den ersten Jahren nach 1945 von orthodoxen Kommunisten regiert wurde, setzte Mitte der fünfziger Jahre der Entstalinisierungsprozess ein: das Repressionsniveau sank und ein limitierter politischer Pluralismus wurde toleriert.</i>	

Historische Parameter: Bereitschaft des kommunistischen Regimes zu wirtschaftlichen und sozialen Reformen	<ul style="list-style-type: none"> • hoch • moderat • niedrig
<i>Nach Aufgabe des harten stalinistischen Kurses Mitte der fünfziger Jahre begann ein Reform- und Anpassungsprozess. Beispielsweise wurde die massive Kollektivierung der Landwirtschaft gestoppt. Die Bereitschaft zu Reformen stieg insbesondere in Phasen großer Unzufriedenheit der Bevölkerung..</i>	
Historische Parameter: Interne Opposition	<ul style="list-style-type: none"> • stark entwickelt • schwach entwickelt • nicht vorhanden
<i>In Polen gab es in regelmäßigen Abständen Staatskrisen und es gab Dissidentenbewegungen, was zur Entstehung alternativer politischer Eliten geführt hat, die nach dem Zusammenbruch des Kommunismus die Macht übernehmen konnten. Eine offene Opposition gegen die kommunistischen Machthaber begann sich Anfang der sechziger Jahre herauszubilden. Höhepunkt war die Entstehung der unabhängigen Gewerkschaft Solidarność. Sie hatte Anfang der achtziger Jahre fast zehn Millionen Mitglieder und entwickelte sich zu einer gesellschaftlichen Bewegung, in der sich fast alle oppositionellen Kräfte versammelten.</i>	
Historische Parameter: Religiös-kultureller Zivilisationstyp	<ul style="list-style-type: none"> • Protestantisch • Katholisch • Slawisch-orthodox • Islamisch
<i>Polen gilt als ethnisch homogen und als das mit Abstand katholischste Land in Europa. Mehr als 95 Prozent aller polnischen Bürgerinnen und Bürger bekennen sich zum Katholizismus. Die bemerkenswert starke Position der katholischen Kirche ist historisch bedingt. Der Katholizismus war neben der polnischen Sprache und Kultur ein zentraler Kristallisationspunkt nationaler Identifikation und außerdem ein Gegenpol zu den Konfessionen der Teilungsmächte Preußen (Protestantismus) und Russland (Orthodoxie) sowie zum Kommunismus (Atheismus).</i>	
Übergang: Modus des Regimewechsels	<ul style="list-style-type: none"> • vom alten Regime gelenkter Systemwechsel • von unten erzwungener Systemwechsel • ausgehandelter Systemwechsel • Regime-Kollaps • Zerfall und die Neugründung von Staaten
<i>Polen gilt als das Paradebeispiel eines ausgehandelten Systemwechsels in Ost- und Mitteleuropa, bei dem Regimeeliten und die Regimeopposition in einem gemeinsamen Pakt Vereinbarungen über eine neue politische Ordnung und neue politische Herrschaftsformen treffen.</i>	
Übergang: Dauer des Regimewechsels (bis zur ersten frei gewählten Regierung)	<ul style="list-style-type: none"> • kurz (bis zu 3 Monate) • mittel (3 bis 12 Monate) • lang (über 12 Monate)
<i>Der Regimewechsel war verhältnismäßig lang, da die ersten wirklich freien Wahlen erst im Herbst 1991 abgehalten wurden. Gleichwohl leitete die Regierung des ersten nichtkommunistischen Ministerpräsidenten Mazowiecki bereits 1989 bedeutende politische und wirtschaftliche Reformen ein.</i>	

Transformationsentwicklung: Kontinuität der alten politischen Eliten	<ul style="list-style-type: none"> • groß • mittel • niedrig
<p><i>Der Regierung des ersten nichtkommunistischen Ministerpräsidenten Mazowiecki gehörten neben Vertretern des Bürgerkomitees auch Vertreter der kommunistischen Partei und ihrer ehemaligen Bündnispartner an. In den Jahren 1991 bis 1993 waren Vertreter der Solidarność-Bewegung an der Macht. 1993 kehrte ein Linksbündnis, das sich zu großen Teilen aus gewandelten Vertretern der ehemaligen Nomenklatura zusammensetzte, in die Regierungsverantwortung zurück. Nachdem Polen vier Jahre lang von einer Solidarność-Allianz (1997-2001) regiert wurde, gewann im Jahre 2001 erneut die politische Linke die Wahlen.</i></p>	
Transformationsentwicklung: Typ des neuen Regierungssystems	<ul style="list-style-type: none"> • präsidiales Regierungssystem • präsidial-parlamentarisches Regierungssystem • parlamentarisch-präsidiales Regierungssystem • parlamentarisches Regierungssystem
<p><i>Polen hat ein parlamentarisch-präsidiales Regierungssystem, bei dem die Regierung die politische Verantwortung sowohl gegenüber dem Parlament als auch gegenüber dem Staatspräsidenten hat. Der ehemals bedeutende politische Handlungsspielraum und die weit reichenden Entscheidungsbefugnisse des Staatspräsidenten, der direkt vom Volk gewählt wird, wurden durch die seit 1997 geltende neue Verfassung spürbar beschränkt.</i></p>	
Transformationsentwicklung: Fortschritt der Demokratisierung	<ul style="list-style-type: none"> • groß • mittel • niedrig
<p><i>Im Sommer 1989 fanden erstmals halbfreie Parlamentswahlen statt, 1990 die ersten freien Präsidentschaftswahlen, 1991 Jahre die ersten freien Parlamentswahlen. Polen hat sich in den neunziger Jahren zu einer stabilen Demokratie mit einem Mehr-Parteien-System entwickelt. Die Macht ist auf demokratisch legitimierte Institutionen und Funktionsträger verteilt und es hat mehrere Regierungswechsel gegeben.</i></p>	
Transformationsentwicklung: Verfassungsentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • neue Verfassung (rasch/mit Verzögerung/spät) • Revision der alten Verfassung (rasch/mit Verzögerung/spät) • keine neue Verfassung
<p><i>Die polnische Verfassung wurde zunächst demokratisch revidiert. Ende Dezember 1989 wurde sie erstmals geändert, wobei die Volksrepublik Polen aufhörte zu existieren und die neue Republik Polen ins Leben gerufen wurde. Bis zur Verabschiedung einer wirklich neuen Verfassung vergingen acht Jahre, in denen ein Verfassungsprovisorium Geltung hatte. Im ersten Kapitel der seit 1997 gültigen neuen Verfassung ist festgelegt, dass Polen ein demokratischer Rechtsstaat ist, der den Prinzipien der Gewaltenteilung, der Demokratie und der sozialen Gerechtigkeit verpflichtet ist. Die Wirtschaftsordnung beruht auf den Grundlagen der sozialen Marktwirtschaft.</i></p>	
Transformationsentwicklung: Rechtsstaatliche Verhältnisse	<ul style="list-style-type: none"> • vorhanden • nicht vorhanden
<p><i>In Polen gelten rechtsstaatliche Prinzipien: die Gewaltenteilung, eine kontrollierbare und unabhängige Gerichtsbarkeit, Vorrang von Recht und Gesetz, Rechtssicherheit und Rechtsschutz.</i></p>	

Transformationsentwicklung: Modus der wirtschaftlichen Reformen	<ul style="list-style-type: none"> • rasch/Schocktherapie • schrittweise/moderate Reformen • langsam/verschleppte Reformen • nicht vorhanden
<p><i>Kurz nach dem politischen Wechsel im Herbst 1989 leitete die Regierung des ersten nichtkommunistischen Premierministers Mazowiecki einschneidende wirtschaftliche Reformen ein: Dazu zählten zunächst die Freigabe der Lebensmittelpreise, dann eine drastische Stabilitätspolitik sowie ein konsequenter und rascher Übergang zur Marktwirtschaft. Im Laufe der neunziger Jahre wurden zahlreiche staatliche Betriebe privatisiert.</i></p>	
Transformationsentwicklung: Reformerfolg und Wirtschaftswachstum	<ul style="list-style-type: none"> • groß • mittel • niedrig
<p><i>In ökonomischer Hinsicht gilt Polen als eines der erfolgreichsten postkommunistischen Länder, die den Übergang zur freien Marktwirtschaft geschafft haben. Nach der schweren Wirtschaftskrise in den Anfangsjahren der Transformation konnte die Wirtschaft durch einschneidende Reformen stabilisiert werden. Ab 1992 verzeichnete Polen ein stetiges Wirtschaftswachstum von bis zu sieben Prozent. Das Bruttoinlandsprodukt stieg von 2,399 US \$ pro Einwohner im Jahre 1994 auf 4,108 US \$ pro Einwohner im Jahre 2000. Die Anfang der neunziger Jahre anzutreffende horrende Inflation (249 Prozent) konnte schrittweise auf 8,5 Prozent im Jahre 2000 reduziert werden. Eine Stagnation des Wirtschaftswachstums zeichnete sich erst ab 2001 ab.</i></p>	
Transformationsentwicklung: Zuwachs des privaten Sektors	<ul style="list-style-type: none"> • groß • mittel • niedrig
<p><i>Rund 70 Prozent der ehemals staatlichen Betriebe wurden in den neunziger Jahren privatisiert, gleichzeitig entstanden zahlreiche neue Unternehmen. Während im Jahre 1990 rund 49 Prozent aller Beschäftigten im Privat-Sektor arbeiteten und der Anteil des Privat-Sektors am Bruttoinlandsprodukt 40 Prozent ausmachte, waren im Jahre 2001 rund 70 Prozent der arbeitenden Bevölkerung im Privat-Sektor beschäftigt, der ebenfalls rund 70 Prozent des Bruttoinlandsprodukts erwirtschaftete.</i></p>	
Transformationsentwicklung: Volumen der Auslandsinvestitionen	<ul style="list-style-type: none"> • groß • mittel • niedrig
<p><i>Das Gesamtvolumen ausländischer Investitionen erhöhte sich von 542 Millionen US \$ im Jahre 1994 auf 9.299 Millionen US \$ im Jahre 2000.</i></p>	
Transformationsentwicklung: EU-Integration	<ul style="list-style-type: none"> • groß • mittel • niedrig
<p><i>Polens politische Akteure definierten nach 1989 den Beitritt zur Europäischen Union als oberstes außenpolitisches Ziel. Die Aussicht auf EU-Mitgliedschaft prägte das Verhalten der polnischen Eliten und den Reform-Fortschritt maßgeblich. Ende 1991 unterzeichnete Polen ein Assoziierungsabkommen mit der Europäischen Union, Anfang 1994 wurde der wirtschaftliche und politische Teil des Vertrages ratifiziert, was die Integration vorantrieb: Die EU startete Finanzhilfeprogramme und Polen begann, sein nationales Recht an die Erfordernisse des EU-Rechts (acquis</i></p>	

communautaire) anzupassen. Im Jahre 1998 nahm die EU mit Polen Beitrittsverhandlungen auf. Ende Oktober 2002 wurde auf dem Brüsseler Gipfel der Beitritt Polens für Mai 2004 beschlossen. Auf dem Kopenhagener Gipfel Mitte Dezember 2002 wurden die Beitrittsverhandlungen abgeschlossen.

Allgemeine internationale Integration

- groß
- mittel
- niedrig

Polens außenpolitische Integrationsbemühungen konzentrierten sich vor allem auf die NATO und andere internationale Organisationen. 1991 wurde Polen in den Europarat aufgenommen. 1994 wurde es Mitglied der Welthandelsorganisation WTO, 1996 Mitglied der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD). 1997 wurde Polen formal eingeladen, der NATO beizutreten. Im März 1999 trat Polen dem transatlantischen Bündnis schließlich bei.

2. Die Medientransformation

2. 1. Legislative und strukturelle Ebene

Wurden rechtliche Rahmenbedingungen für die Umgestaltung der Medienordnung geschaffen?	ja (früh/mittelfristig/spät) nein
<i>Das neue Pressegesetz vom 11. April 1990; das Gesetz vom 22. März 1990 über die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft (RSW); das neue Fernmeldegesetz vom 23. November 1990, das das Staatsmonopol im Rundfunkbereich abschaffte; das Zollgesetz vom 28. Dezember 1989, das das Einfuhrverbot für ausländische Publikationen aufhob; das Rundfunkgesetz vom 29. Dezember 1992, das die Etablierung einer neuen Rundfunkordnung ermöglichte; das Gesetz über die Polnische Presse-Agentur (PAP) vom 31. Juli 1997.</i>	
Wurde die Zensur abgeschafft?	ja (früh/mittelfristig/spät) nein
<i>Die Zensur wurde formal mit dem Pressegesetz vom 11. April 1990 abgeschafft. Bis dahin war die Zensur praktisch von allein zum Erliegen gekommen.</i>	
Wurde die Meinungs-, Presse- und Informationsfreiheit gesetzlich verankert?	ja (früh/mittelfristig/spät) nein
<i>Die Meinungs- und Pressefreiheit wurde formal-rechtlich erstmals durch das neue Pressegesetz vom 11. April 1990 garantiert. In der neuen großen Verfassung, die seit 17. Oktober 1997 in Kraft ist, wird die Freiheit der Presse und anderer Mittel der gesellschaftlichen Kommunikation gewährleistet.</i>	
Existiert die Meinungs-, Presse- und Informationsfreiheit de jure oder de facto?	ja (früh/mittelfristig/spät)
de jure	nein
de facto	ja (früh/mittelfristig/spät) nein
<i>Das polnische Recht garantiert die formale Pressefreiheit. Pressefreiheit darf nur auf der Grundlage gesetzlicher Regelungen (Bestimmungen des Strafgesetzbuches, des Zivilrechts, des Staats- und Dienstgeheimnisses) begrenzt werden. Es herrscht allgemein Konsens, dass die gesetzlich garantierte formale Pressefreiheit in Polen de facto existiert und auch ausgeübt wird.</i>	
Gibt es gesetzliche Grundlagen, die die Pressefreiheit beschränken können (z. B. Hohe Strafen wg. Verleumdung, Verrat usw.)?	ja/zum Teil/nein
<i>Kritisiert werden oftmals die geltenden Bestimmungen des Strafgesetzbuches und des Gesetzes über Staatsgeheimnisse. Die Bestimmungen des Strafgesetzbuchs gegen die Verleumdung und Beleidigung von Staatsorganen können potentiell das Recht auf freie Meinungsäußerung einschränken. Die Verleumdung und Beleidigung von Politikern und Staatsbediensteten wird mit einer höheren Strafe bedroht als im Falle des Normalbürgers.</i>	
Wurden rechtliche Maßnahmen getroffen, um Medien zu restrukturieren?	
Presse-Sektor	ja (früh/mittelfristig/spät) nein
Rundfunk-Sektor	ja (früh/mittelfristig/spät)

	nein
<p><i>Bei der Presse handelte es sich einerseits um das neue Pressegesetz vom 11. April 1990, das Beschränkungen für die Gründung und Verbreitung von Publikationen abschaffte, und andererseits um das Gesetz vom 22. März 1990, das die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft (RSW) einleitete. Das Rundfunkgesetz vom 29. Dezember 1992 ermöglichte die Etablierung einer dualen Rundfunkordnung.</i></p>	
<p>Wurden zentralistische und monopolistische Strukturen abgeschafft?</p> <p>Presse-Sektor</p> <p>Rundfunk-Sektor</p>	<p>ja (früh/mittelfristig/spät)</p> <p>nein</p> <p>ja (früh/mittelfristig/spät)</p> <p>nein</p>
<p><i>Die Gesetzeslage sah bis zum Jahre 2001 praktisch keinerlei Beschränkungen für die Presse vor. Diese rechtliche Lücke wurde im Jahre 2001 geschlossen. Am 1. April 2001 trat das Gesetz über den Schutz des Wettbewerbs und der Verbraucher in Kraft, was zur Gründung einer Behörde führte, die mit dem Bundeskartellamt verglichen werden kann. Im Gegensatz zur Presse gilt für den Rundfunk bereits seit 1993 die Bestimmung, dass ein Veranstalter eine Konzession nicht erhalten darf, wenn er dadurch eine marktbeherrschende Stellung im Bereich der Massenmedien erreicht.</i></p>	
<p>Wurden kartellrechtliche Bestimmungen zur Vermeidung von Monopolen geschaffen?</p> <p>Presse-Sektor</p> <p>Rundfunk-Sektor</p>	<p>ja (früh/mittelfristig/spät)</p> <p>nein</p> <p>ja (früh/mittelfristig/spät)</p> <p>nein</p>
<p><i>Die gesetzlich eingeleitete Auflösung der zentral gelenkten Arbeiterverlagsgenossenschaft (RSW) beendete die dominierende Position dieses Pressegiganten. Das neue Rundfunkgesetz ermöglichte die legale Etablierung privater Anbieter auf dem Rundfunkmarkt erst im Jahre 1993.</i></p>	
<p>Konnten neue Akteure den Medienmarkt betreten?</p> <p>Presse-Sektor</p> <p>Rundfunk-Sektor</p>	<p>ja (früh/mittelfristig/spät)</p> <p>nein</p> <p>ja (früh/mittelfristig/spät)</p> <p>nein</p>
<p><i>Im Bereich der Presse wurden Zugangsbeschränkungen formal im April 1990 abgeschafft, in der Praxis betraten die ersten neuen Akteure bereits im Frühjahr 1989 den Pressemarkt. Im Rundfunkbereich sind private Anbieter formal erst seit dem Inkrafttreten des neuen Rundfunkgesetzes im Jahre 1993 zugelassen, in der Praxis entstanden bereits 1990 zahlreiche Piratensender.</i></p>	

2. 2. Ökonomische Ebene

<p>Wurden ehemals staatliche/parteiliche Medien privatisiert?</p> <p>Presse-Sektor</p> <p>Rundfunk-Sektor</p>	<p>ja (früh/mittelfristig/spät)</p> <p>nein</p> <p>ja (früh/mittelfristig/spät)</p> <p>nein</p>
<p><i>Der ehemals marktbeherrschende Verlagskonzern Arbeiterverlagsgenossenschaft (RSW) wurde ab Herbst 1990 aufgelöst und privatisiert. Der Rundfunk wurde nicht privatisiert, sondern in öffentlich-rechtliche Strukturen überführt.</i></p>	
<p>Erfolgte eine Liberalisierung des Marktes?</p> <p>Presse-Sektor</p> <p>Rundfunk-Sektor</p>	<p>ja(früh/mittelfristig/spät)</p> <p>nein</p> <p>begrenzt/weit reichend</p> <p>ja (früh/mittelfristig/spät)</p> <p>nein</p> <p>begrenzt/weit reichend</p>
<p><i>Der Pressebereich ist nach 1991 weitest gehend liberalisiert worden. Bei der Presse sind eindeutig mehr Deregulierungen als Regulierungen vorgenommen worden. Anders verhält es sich beim Rundfunk. Das neue Rundfunkgesetz enthält eine ganze Reihe regulierender Bestimmungen.</i></p>	
<p>Welche Rolle spielen ausländische Investoren?</p> <p>Presse-Sektor</p> <p>Rundfunk-Sektor</p>	<p>groß/mittel/klein</p> <p>groß/mittel/klein</p>
<p><i>Vor allem im Pressebereich dominieren ausländische, darunter insbesondere deutsche Verlage. Aufgrund rechtlicher Beschränkungen (max. 33 Prozent Beteiligung an Rundfunksendern) spielen ausländische Investoren im Rundfunkbereich eine untergeordnete Rolle.</i></p>	
<p>Welche Rolle spielen einheimische Unternehmen?</p> <p>Presse-Sektor</p> <p>Rundfunk-Sektor</p>	<p>groß/mittel/klein</p> <p>groß/mittel/klein</p>
<p><i>Im Laufe der neunziger Jahre konnte sich eine Reihe polnischer Medienunternehmen auf dem Medienmarkt etablieren. Vor allem der Rundfunkmarkt wird von einheimischen Unternehmen dominiert.</i></p>	
<p>Welche Rolle spielt der Werbemarkt?</p> <p>Presse-Sektor</p> <p>Rundfunk-Sektor</p>	<p>groß/mittel/klein</p> <p>groß/mittel/klein</p>
<p><i>Staatssubventionen für Presseerzeugnisse existieren bis auf einige wenige Ausnahmen nicht mehr. Fast alle polnischen Zeitungen und Zeitschriften finanzieren sich durch Verkauf und Anzeigen. Ähnlich verhält sich die Situation im Rundfunk. Private Anbieter sind selbstverständlich auf Werbeeinnahmen angewiesen, doch auch die öffentlich-rechtlichen Anbieter bestreiten den Großteil ihres Budgets durch Werbeeinnahmen.</i></p>	
<p>Wie hat sich der Werbemarkt entwickelt?</p>	<p>gut/mittel/kaum</p>
<p><i>Der polnische Werbemarkt hat sich seit Anfang der neunziger Jahre schrittweise sehr dynamisch entwickelt und</i></p>	

verzeichnete von Jahr zu Jahr neue Umsatzrekorde. Polen stellt mit rund 38 Millionen Einwohnern nicht nur für inländische Unternehmen, sondern auch für die großen internationalen Konsumgüterkonzerne einen interessanten und lukrativen Absatzmarkt dar.

Welche Rolle spielen?	
ausländische Unternehmen als Werbekunden	groß /mittel/klein
inländische Unternehmen als Werbekunden	groß/ mittel /klein
staatliche oder staatsnahe Betriebe als Werbekunden	groß/mittel/ klein
<i>In erster Linie sind es die großen Konsumgüterkonzerne wie Unilever, Procter & Gamble, Master Foods, Pepsi-Cola, Coca-Cola, Nestlé, die in Werbung investieren. Doch auch polnische Unternehmen haben sich zu bedeutenden Werbekunden entwickelt.</i>	

2. 3. Ebene Staat, Machteliten und Medien

<p>Ist es den Medien gelungen, sich vom staatlichen/parteilichen Einfluss zu lösen?</p> <p>Presse</p> <p>Rundfunk</p>	<p>ja/zum Teil/nein</p> <p>ja/zum Teil/nein</p>
<p><i>Generell ist festzuhalten, dass trotz garantierter und bestehender Pressefreiheit es alle polnischen postkommunistischen Regierungen auf verschiedene Weise und in unterschiedlichem Maße versucht haben, auf die heimischen Medien Einfluss auszuüben.</i></p>	
<p>Wie groß ist die Unabhängigkeit vom Staat und den Machteliten heute?</p> <p>Presse-Sektor</p> <p>Rundfunk-Sektor</p>	<p>groß/mittel/klein</p> <p>groß/mittel/klein</p>
<p><i>Da die Presse privat organisiert ist, haben der Staat und die politischen Eliten keine Möglichkeiten der Einflussnahme auf Zeitungen und Zeitschriften. Anders sieht die Situation im Rundfunk aus. Der Rundfunk, insbesondere der öffentlich-rechtliche Rundfunk, wird von einem Organ reguliert und kontrolliert, das von politischen Machteliten nominiert wird.</i></p>	
<p>Fungieren Medien noch immer als Sprachrohre bestimmter politischer Gruppierungen oder staatlicher Institutionen?</p> <p>Presse-Sektor</p> <p>Rundfunk-Sektor</p>	<p>ja/zum Teil/nein</p> <p>ja/zum Teil/nein</p>
<p><i>Im Pressesektor mögen die Eigentümer zwar ihre persönlichen Ansichten zum Ausdruck bringen, als offensichtliche Sprachrohre bestimmter Parteien oder politischer Gruppierungen fungieren meinungsbildende Publikationen aber selten. Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk gibt es aufgrund des politisierten Rundfunkkontrollgremiums klare Verbindungen zwischen dem Medium und der Politik, was sich zum Teil in der politischen Berichterstattung bemerkbar macht. Private Rundfunkanbieter gelten nicht als Sprachrohre bestimmter politischer Gruppierungen.</i></p>	
<p>Gibt es Kontroll- und Steuerungsmechanismen seitens der Politik und/oder des Staates?</p> <p>Presse-Sektor</p> <p>Rundfunk-Sektor</p>	<p>ja/nein</p> <p>ja/nein</p>
<p><i>Auf die privatisierten Print-Medien können Politiker oder der Staat keinen Einfluss mehr nehmen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die privaten Rundfunkanbieter werden von dem Nationalen Rundfunkrat kontrolliert. Der Nationale Rundfunkrat hat durch die Vergabe der Sendelizenzen an private Anbieter großen Einfluss auf die Marktstruktur. Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk nominiert der Nationale Rundfunkrat die überwiegende Mehrheit der Aufsichtsräte, die wiederum die geschäftsführenden Vorstände wählen.</i></p>	

2. 4. Presse

<p>Haben die Besitzverhältnisse bei alten Titeln gewechselt?</p> <p>Durch spontane Privatisierung (Publikationen lösen sich vom Mutterkonzern und erklären sich für autonom. Sie suchen sich neue Partner/Investoren)</p> <p>Durch eine gesteuerte Privatisierung (z. B. durch spezielle Kommissionen/staatliche Institutionen/Regierung, die den Privatisierungsprozess lenken und kontrollieren)</p>	<p>ja (früh/mittelfristig/spät) nein</p> <p>ja (früh/mittelfristig/spät) nein</p>
<p><i>Der dominierende Pressekonzern RSW wurde von 1990 bis 1991 kontrolliert aufgelöst. Zuständig dafür war eine von der Regierung Mazowiecki einberufene Liquidierungskommission.</i></p>	
<p>Wie haben sich alte Titel entwickelt?</p> <p>Zeitungen</p> <p>Zeitschriften</p>	<p>gut/unterschiedlich/schlecht</p> <p>gut/unterschiedlich/schlecht</p>
<p><i>Auf landesweiter Ebene überlebten lediglich zwei von insgesamt zehn alten Titeln. Andere wurden eingestellt oder sie veränderten ihr publizistisches Profil. Im Bereich der regionalen Zeitungen haben sich die meisten alten Titel auf dem Markt behaupten können. Im Zeitschriftenbereich konnten insbesondere Zeitschriften, die sich mit sozio-kulturellen Themen beschäftigten, unter den neuen Marktbedingungen nicht überleben.</i></p>	
<p>Wie haben sich neue Titel entwickelt?</p> <p>Zeitungen</p> <p>Zeitschriften</p>	<p>gut/unterschiedlich/schlecht</p> <p>gut/unterschiedlich/schlecht</p>
<p><i>Von den insgesamt 70 neu entstandenen Tageszeitungen konnten sich lediglich 13 auf dem Markt durchsetzen. Im Zeitschriftenbereich sind mehrere hunderte neue Titel entstanden, von denen sich ein Großteil auf dem Markt bewährt hat.</i></p>	
<p>Ist das Angebot quantitativ größer geworden?</p> <p>Zeitungen</p> <p>Zeitschriften</p>	<p>ja (etwas/mittel/enorm) nein</p> <p>ja (etwas/mittel/enorm) nein</p>
<p><i>Die Anzahl der Zeitungstitel liegt nur gering über der dem Angebot von 1989. Die Anzahl der monatlich erscheinenden Zeitschriften ist in zehn Jahren um das Zweieinhalbfache, die der 14-tägig und wöchentlich erscheinenden Titel um das Doppelte gewachsen.</i></p>	
<p>Ist das Angebot publizistisch größer geworden?</p> <p>Zeitungen</p> <p>Zeitschriften</p>	<p>ja (etwas/mittel/enorm) nein</p> <p>ja (etwas/mittel/enorm) nein</p>
<p><i>Die relative Uniformität der Vergangenheit ist passé. Das gilt sowohl für Zeitungen als auch für Zeitschriften, die sich sehr dynamisch entwickelt haben.</i></p>	
<p>Wer sind die Eigentümer von Zeitungen? Anteile am Zeitungsmarkt:</p> <p>Privatpersonen</p>	<p>hoch/mittel/niedrig</p>

gesellschaftliche Organisationen	hoch/mittel/ niedrig
politische Organisationen	hoch/mittel/ niedrig
ationale Verlagsgesellschaften/Medienunternehmen	hoch /mittel/niedrig
ausländische Verlagsgesellschaften/Medienunternehmen	hoch /mittel/niedrig
ationale branchenfremde Unternehmen	hoch/mittel/ niedrig
ausländische branchenfremde Unternehmen	hoch/mittel/ niedrig
der Staat	hoch/mittel/ niedrig
Provinz- oder Bezirksregierungen, Stadt- oder Gemeinderegierungen	hoch/mittel/ niedrig
die Kirche	hoch/mittel/ niedrig
<i>Die Eigentumsverhältnisse sind unterschiedlich. Die bedeutendsten Zeitungen werden von polnischen Medienunternehmen, vor allem Agora, oder von polnischen Tochtergesellschaften ausländischer Unternehmen, insbesondere Polskapresse und Orkla, herausgegeben. Daneben spielen Privatpersonen, Provinz- oder Bezirksregierungen eine untergeordnete Rolle.</i>	
Wer sind die Eigentümer von Zeitschriften? Anteile am Zeitschriftenmarkt:	
Privatpersonen	hoch/ mittel /niedrig
gesellschaftliche Organisationen	hoch/mittel/ niedrig
politische Organisationen	hoch/mittel/ niedrig
ationale Verlagsgesellschaften/Medienunternehmen	hoch/ mittel /niedrig
ausländische Verlagsgesellschaften/Medienunternehmen	hoch /mittel/niedrig
ationale branchenfremde Unternehmen	hoch/mittel/ niedrig
ausländische branchenfremde Unternehmen	hoch/mittel/ niedrig
der Staat	hoch/mittel/ niedrig
Provinz- oder Bezirksregierungen, Stadt- oder Gemeinderegierungen	hoch/ mittel /niedrig
die Kirche	hoch/ mittel /niedrig
<i>Im Zeitschriftensektor dominieren eindeutig die Tochterunternehmen ausländischer, insbesondere deutscher, Verlage. Auch einige polnische Verlage spielen eine bedeutende Rolle. Provinz- oder Bezirksregierungen geben oftmals Informationsbulletins heraus, die Gemeinden der katholischen Kirche Pfarrbriefe.</i>	
Wie groß ist der Druck, der auf die Presse ausgeübt wird?	
seitens der Regierung	hoch/mittel/ niedrig
seitens von Parteien	hoch/mittel/ niedrig
seitens staatlicher Institutionen	hoch/mittel/ niedrig
seitens lokaler Machteliten	hoch/ mittel /niedrig
seitens Wirtschaftseliten	hoch/mittel/ niedrig
<i>Auf die privatwirtschaftlich organisierten Print-Medien, die wirtschaftlich unabhängig sind, kann kaum Druck ausgeübt werden. Provinz- oder Bezirksregierungen, die Publikationen finanzieren oder subventionieren, haben mehr Einfluss auf die Inhalte. Dies stellt insofern kein Problem dar, da es auf der regionalen und lokalen Ebene ausreichend viele unabhängige publizistische Alternativen gibt.</i>	

Wie groß ist der Wettbewerb auf dem Pressemarkt?	
Zeitungen	groß /mittel/niedrig
Zeitschriften	groß /mittel/niedrig
<i>In beiden Sektoren herrscht großer Wettbewerb. Gleichwohl hat sich die Anzahl der Ein-Zeitungs-Regionen in den neunziger Jahren erhöht.</i>	
Wie finanziert sich die Presse?	
Zeitungen:	hoch /mittel/niedrig
durch Verkauf und Anzeigen	hoch/mittel/ niedrig
staatliche Subventionen	hoch/mittel/ niedrig
private Mäzene	hoch/mittel/ niedrig
subventionierende Unternehmen	
Zeitschriften:	hoch /mittel/niedrig
durch Verkauf und Anzeigen	hoch/mittel/ niedrig
staatliche Subventionen	hoch/mittel/ niedrig
Sponsoren	hoch/mittel/ niedrig
subventionierende Unternehmen	
<i>Sowohl Zeitungen als auch Zeitschriften finanzieren sich überwiegend durch Verkauf und Anzeigen.</i>	
Ist die Presselandschaft dezentraler geworden?	ja /nein
<i>Ein alles dominierender Pressekonzern wie die Arbeiterverlagsgenossenschaft existiert nicht mehr.</i>	
Wie groß ist das Volumen der Auslandsinvestitionen im Presse-Sektor?	
Zeitungen	groß /mittel/klein
Zeitschriften	groß /mittel/klein
<i>Ausländische Medienunternehmen haben sowohl in Zeitungen als auch in Zeitschriften bedeutende Investitionen getätigt. Dadurch wurde ein enormer Modernisierungsschub eingeleitet.</i>	

2. 5. Rundfunk

Wurde die Rundfunkordnung reformiert?	ja (früh/ mittelfristig /spät) nein
<i>Rund vier Jahre nach Abschluss der Vereinbarungen am Runden Tisch wurde die Rundfunkordnung in Polen reformiert. Am 29. Dezember 1992 wurde ein neues Rundfunkgesetz verabschiedet, das am 1. März 1993 in Kraft trat.</i>	
Wurde das staatliche Rundfunkmonopol aufgehoben?	ja (früh/ mittelfristig /spät) nein
<i>Das neue Rundfunkgesetz ermöglichte die Etablierung einer dualen Rundfunkordnung.</i>	
Was ist aus dem staatlichen Rundfunk geworden?	
er ist so geblieben wie er war	ja/zum Teil/ nein
er ist in neue Form des staatlichen Rundfunks umstrukturiert worden	ja/ zum Teil /nein
er ist in eine Anstalt öffentlichen Charakters umstrukturiert worden	ja /zum Teil/nein
er ist privatisiert worden	ja/zum Teil/ nein
er ist in eine gänzlich neue Rundfunkform umstrukturiert worden	ja/zum Teil/ nein
<i>Die staatliche Behörde Polnisches Radio und Fernsehen wurde im Frühjahr 1993 in 19 separate Aktiengesellschaften öffentlich-rechtlichen Charakters zerschlagen: 17 regionale Hörfunk-Anstalten, eine nationale Hörfunk-Anstalt mit Sitz in Warschau sowie eine nationale Fernseh-Anstalt. Obwohl die ehemals staatliche Organisationseinheit nicht mehr existiert, verblieb der neue öffentlich-rechtliche Rundfunk de facto weiterhin in staatlicher Hand: 100-prozentiger Anteilseigner der 19 Aktiengesellschaften ist der Staat, der durch den Finanzminister vertreten wird.</i>	
Welche Rundfunkformen existieren?	
staatlicher Rundfunk	ja/ zum Teil /nein
öffentlich-rechtlicher Rundfunk	ja /zum Teil/nein
(zivil)gesellschaftlicher Rundfunk	ja/ zum Teil //nein
privater Rundfunk	ja /zum Teil/nein
<i>Es existieren ein öffentlich-rechtlicher Rundfunksektor der Ein-Personen-Aktiengesellschaften des Staates sowie ein privater Rundfunksektor. Innerhalb des privaten Rundfunksektors haben sich einige wenige Anbieter etabliert, die dem im Rundfunkgesetz vorgesehenen Status eines gesellschaftlichen Veranstalters entsprechen.</i>	
Wer sind die Eigentümer von Radiosendern? Anteile am Radiomarkt:	
Privatpersonen	hoch/ mittel /niedrig
gesellschaftliche Organisationen	hoch/ mittel / niedrig
politische Organisationen	hoch/mittel/ niedrig
nationale Medienunternehmen	hoch /mittel/niedrig
ausländische Medienunternehmen	hoch/ mittel / niedrig
nationale brachenfremde Unternehmen	hoch/ mittel /niedrig
ausländische brachenfremde Unternehmen	hoch/mittel/ niedrig
Körperschaften	hoch/mittel/ niedrig
Stiftungen	hoch/mittel/ niedrig

der Staat	hoch /mittel/niedrig
Provinz- oder Bezirksregierungen, Stadt- oder Gemeinderegierungen	hoch/mittel/ niedrig
die Kirche	hoch/ mittel /niedrig
<i>Die öffentlich-rechtlichen Anbieter befinden sich im Staatsbesitz. Private Radios befinden sich überwiegend im Besitz von polnischen Rundfunkunternehmen, zum Teil auch in Besitz von Privatleuten, von gesellschaftlichen Organisationen (katholische Orden, Universitäten, Vereinen) sowie der Kirche. Ausländische Anteilseigner spielen aufgrund der gesetzlichen Beschränkungen eine untergeordnete Rolle.</i>	
Wer sind die Eigentümer von Fernsehsendern? Anteile am Fernsehmarkt:	
Privatpersonen	hoch /mittel/niedrig
gesellschaftliche Organisationen	hoch/mittel/ niedrig
politische Organisationen	hoch/mittel/ niedrig
ationale Medienunternehmen	hoch /mittel/niedrig
ausländische Medienunternehmen	hoch/ mittel / niedrig
ationale brachenfremde Unternehmen	hoch/ mittel /niedrig
ausländische brachenfremde Unternehmen	hoch/mittel/ niedrig
Körperschaften	hoch/mittel/ niedrig
Stiftungen	hoch/mittel/ niedrig
der Staat	hoch /mittel/niedrig
Provinz- oder Bezirksregierungen, Stadt- oder Gemeinderegierungen	hoch/mittel/ niedrig
die Kirche	hoch/ mittel /niedrig
<i>Das öffentlich-rechtliche Fernsehen befindet sich im Staatsbesitz. Zu den Eigentümern im privaten Sektor zählen insbesondere Privatpersonen und nationale Medienunternehmen. Eine geringere Bedeutung haben ausländische Unternehmen, nationale brachenfremde Unternehmen sowie katholische Einrichtungen.</i>	
Werden Rundfunkmedien von ihren Eigentümern instrumentalisiert?	ja/ zum Teil /nein
<i>Private Sender gelten in der Regel als nicht instrumentalisiert. Ausnahmen im Privatsektor stellen die katholischen Anbieter, insbesondere das erz-konservative Radio Maryja, dar, die einen besonderen Programmcharakter haben. Öffentlich-rechtliche Medien in Polen gelten im Allgemeinen als politisiert. Der Nationale Rundfunkrat, der kein Gremium unabhängiger Experten ist, sondern politisch besetzt wird, zeichnet sich indirekt für die organisatorischen und personellen Belange der öffentlich-rechtlichen Sender verantwortlich. Ein Wechsel der politischen Verhältnisse im Nationalen Rundfunkrat hat in der Regel weit reichende Auswirkungen auf die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Führungspositionen in den öffentlich-rechtlichen Sendern werden mit Leuten der politischen Mehrheit im Nationalen Rundfunkrat besetzt. Vor allem das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen wird von Polens politischer Elite als ein unentbehrliches Kommunikationsmittel betrachtet, mit dem man ein Massenpublikum erreichen kann. Entsprechend groß ist das Interesse, auf das Fernsehen Einfluss auszuüben. Dies geschieht – analog zum Hörfunk – durch die Nominierung der Aufsichtsräte des Polnischen Fernsehens durch den politisch besetzten Nationalen Rundfunkrat. Die amtierende Regierung hat keinen direkten Einfluss auf den Nationalen Rundfunkrat. Aufgrund der Asynchronität zwischen den Rotationszyklen des Gremiums und den parlamentarischen Legislaturperioden kann es dazu kommen, dass die dominierende Kraft im Parlament und damit die Regierung diametral zur politischen Orientierung der Gremiummehrheit steht.</i>	

Wer kontrolliert und bestimmt über den Rundfunk?	
die Regierung	ja/zum Teil/ nein
das Parlament	ja/ zum Teil /nein
der Präsident	ja/ zum Teil /nein
gesellschaftliche Organisationen	ja/zum Teil/ nein
ein spezielles Rundfunkaufsichtsorgan	ja /zum Teil/nein
<i>Oberstes Kontrollorgan ist der Nationale Rundfunkrat, der mit weit reichenden Kompetenzen ausgestattet ist. Er regelt alle Rundfunkangelegenheiten, beaufsichtigt alle Rundfunksender und vergibt Konzessionen an private Anbieter. Rechenschaftspflichtig ist der Nationale Rundfunkrat gegenüber dem Sejm, dem Senat und dem Staatspräsidenten, denen er alljährlich einen Bericht über die eigene Tätigkeit vorlegen muss. Lehnen beide Parlamentskammern den Rechenschaftsbericht ab, wird der Rat innerhalb von 14 Tagen aufgelöst, sofern der Staatspräsident die Ablehnung bestätigt.</i>	
Wenn ein spezielles Rundfunkaufsichtsorgan existiert, durch wen wird es einberufen?	
die Regierung	ja /nein
das Parlament	ja /nein
den Präsidenten	ja /nein
außerhalb der Politik angesiedelte gesellschaftliche Organisationen (z. B. Gewerkschaften, Arbeitsgeberverbände, konfessionelle Gruppen, soziale Gruppen, Vertretungen von Berufsgruppen, Künstlervertretungen usw.).	ja/ nein
durch die Hörer und Zuschauer	ja/ nein
<i>Vier Mitglieder des Nationalen Rundfunkrates werden vom Sejm nominiert, zwei vom Senat und drei vom polnischen Präsidenten.</i>	
Wie groß ist die Staatsnähe des neuen Rundfunkaufsichtsorgans?	groß /mittel/niedrig
<i>Der Nationale Rundfunkrat ist das zentrale und für den gesamten Rundfunkbereich zuständige Staatsorgan.</i>	
Wie groß ist die Nähe des neuen Rundfunkaufsichtsorgans zu den politischen Machteliten?	groß /mittel/niedrig
<i>Obwohl im Rundfunkgesetz festgeschrieben ist, dass jedes Ratsmitglied für die Dauer seines Mandats Mitgliedschaft und Posten in Politik, Gesellschaft, Kirche und Wirtschaft ruhen lassen muss, ist der Nationale Rundfunkrat nur de jure ein Gremium neutraler und unabhängiger Sachverständiger. Die einzelnen Mitglieder werden von den politischen Institutionen Sejm, Senat und Staatspräsident nominiert. Das führt dazu, dass jedes einzelne Mitglied des polnischen Nationalen Rundfunkrates zumindest mit einer politischen Orientierung assoziiert wird, oft werden auch direkte Verbindungen zu politischen Parteien festgestellt.</i>	
Wie finanziert sich der Rundfunk?	
staatliche Subventionen/Steuern	ja/ zum Teil /nein
Rundfunkgebühren	ja/ zum Teil /nein
Werbung	ja / zum Teil /nein
Sonstige Einnahmen (Spenden etc.)	ja/ zum Teil /nein
<i>Die öffentlich-rechtlichen Sender finanzieren sich durch Rundfunkgebühren und Werbung. Bestimmte Sendungen, beispielsweise Bildungsprogramme, werden staatlich subventioniert. Das gilt auch für das</i>	

<i>Auslandsprogramm. Private Anbieter finanzieren überwiegend durch Werbung. Anbieter, die den Status eines gesellschaftlichen Veranstalters haben, finanzieren sich zumeist durch Zuschüsse gesellschaftlicher Organisationen oder Spenden.</i>	
Wie hoch ist das Regulierungsniveau im Rundfunkwesen?	hoch/mittel/niedrig
<i>Das neue Rundfunkgesetz enthält eine ganze Reihe regulierender Bestimmungen (z. B. Inhalte, Beteiligungsmodalitäten, Konzessionen etc.). Seit 1993 hat der Nationale Rundfunkrat außerdem zahlreiche Verordnungen erlassen.</i>	
Ist das Angebot auf dem Rundfunkmarkt größer geworden?	ja/nein
Fernsehen	etwas/mittel/ enorm
Radio	etwas/mittel/ enorm
<i>Das Angebot ist im Vergleich zu 1989 bedeutend größer geworden. Neben dem ausgeweiteten Angebot der öffentlich-rechtlichen Sender existiert ein breites Angebot privater Anbieter.</i>	
Wie groß ist der Wettbewerb auf dem Rundfunkmarkt?	
Fernsehen	groß/mittel/niedrig
Radio	groß/mittel/niedrig
<i>Der Wettbewerb auf dem Rundfunkmarkt ist sehr groß. Sowohl im Radio- als auch im Fernsehbereich konkurrieren öffentlich-rechtliche und private Anbieter miteinander.</i>	
Ist der Rundfunk dezentraler geworden?	ja/nein
<i>Der polnische Rundfunk ist eindeutig dezentraler geworden. Das Monopol des ehemaligen staatlichen Rundfunks existiert nicht mehr und die zentral gelenkte staatliche Einheit wurde aufgesplittert und regionalisiert.</i>	
Auf welchen Ebenen ist der Rundfunk angesiedelt? Radio:	
nationale Ebene	ja/nein
regionale Ebene	ja/nein
lokale Ebene	ja/nein
<i>Radio- und Fernsehsender in Polen sind auf landesweiter, regionaler und lokaler Ebene angesiedelt. Eine ökonomisch dominierende Rolle spielen insbesondere die landesweiten Radio- und Fernsehsender.</i>	
Wie groß ist das Volumen der Auslandsinvestitionen im Rundfunk-Sektor?	
Radio	groß/ mittel /niedrig
Fernsehen	groß/ mittel /niedrig
<i>Das Volumen der der Auslandsinvestitionen im Rundfunk-Sektor ist aufgrund der gesetzlich festgelegten Beschränkungen (maximal 33 Prozent) moderat. Ausländische Investoren sind vor allem bei den landesweiten Anbietern und bedeutenden regionalen Anbietern anzutreffen.</i>	

3. Die Transformationsstufen und Prozessschritte

Transformationsstufe 1: Der Durchbruch im Mediensektor		
<ul style="list-style-type: none"> • Beginn der Abkehr von der bisherigen Medienpraxis • kleine Veränderungen in den Medieninhalten bis hin zu einer grundlegenden publizistischen Neuorientierung offizieller Medien; • Lockerung von Monopolen durch Entstehung und Tolerierung neuer, alternativer Informationsquellen • neue Freiheiten durch Lockerung beziehungsweise Nichtbeachtung der gültigen Bestimmungen • Vakuum an neuen Bestimmungen. 		
Allgemein	Presse	Rundfunk
<ul style="list-style-type: none"> • Ab Sommer 1989: Abnahme der Zensorentätigkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Mai 1989: Gründung der <i>Solidarność</i>-Zeitung Gazeta Wyborcza • Ab Frühjahr 1989: Auftauchen ehemals verbotener Untergrundzeitungen • Ab Sommer 1989: Gründung neuer Publikationen • Ab Sommer 1989: Mehr Freiheiten in der Berichterstattung der offiziellen Presse/Aufgreifen ehemals verbotener Themen • Ab Sommer 1989: Anstieg der Angebotsvielfalt 	<ul style="list-style-type: none"> • Oktober 1989: Neubesetzung des Rundfunkkomitees • Herbst 1989: Einberufung einer Reformkommission für das staatliche Fernsehen • Ab Herbst 1989: Personaländerungen in den staatlichen Rundfunkanstalten • Ab Herbst 1989: Neue Programme und mehr Freiheiten in der Berichterstattung der staatlichen Rundfunkanstalten/Aufgreifen ehemals verbotener Themen • Ab Anfang 1990: Entstehung erster Piratensender

Transformationsstufe 2: Die Festsetzung der Veränderungen im Mediensektor

- Abschaffung von Kontrollmechanismen (Zensur, direkte Einflussnahme durch Obrigkeiten)
- Abschaffung staatlicher Monopole und Etablierung neuer Strukturen in den einzelnen Mediensektoren (durch Privatisierung, Deregulierung, Neuregulierung, Dezentralisierung)
- Pluralisierung der Medien
- Zunahme der politischen Emanzipation von Medien
- Liberalisierung des Medienmarktes
- erkennbarer Zutritt neuer Akteure zum Medienmarkt
- Koexistenz alter und neuer Angebote
- zunehmender Wettbewerb und zunehmende Kommerzialisierung
- Neudefinition der Aufgaben von Medien.

Allgemein	Presse	Rundfunk
<ul style="list-style-type: none"> • März 1990: Formale Garantie der Pressefreiheit und Novellierung des Pressegesetzes • März 1990: Formale Abschaffung der Zensur 	<ul style="list-style-type: none"> • März 1990: Abschaffung der Lizenzierungspflicht für Presseprodukte • April 1990 bis Juni 1991: Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft/ Privatisierung von Zeitungen • Ab Sommer 1991: Neue Eigentümer bei etablierten Publikationen • Ab Sommer 1991: Totale Liberalisierung des Pressemarktes 	<ul style="list-style-type: none"> • Dezember 1992: Verabschiedung eines neuen Rundfunkgesetzes und Einführung einer dualen Rundfunkordnung • Ab Frühjahr 1993: Restrukturierung des staatlichen Rundfunks und seine Überführung in öffentlich-rechtliche Strukturen • Herbst 1993: Vergabe erster Lizenzen für private Radiosender • Frühjahr 1994: Vergabe erster Lizenzen für private Fernsehsendersender

Transformationsstufe 3. Entstehung einer stabilen Medienordnung

- Stabilisierung und Konsolidierung der neuen Medienordnung
- Veränderungen, die stattfinden, haben keinen fundamentalen Charakter mehr
- Beginn eines post-transformationellen Entwicklungsprozesses

Allgemein	Presse	Rundfunk
<p>• 1997: Garantie der Pressefreiheit in der neuen Verfassung</p>	<p>• ab 1991 Bereinigung und Konsolidierung des Zeitungsmarktes</p> <p>• ab 1991: Bereinigung und Konsolidierung des Zeitschriftenmarktes/ab 1994: massiver Zutritt ausländischer Verleger/Expansion neuer Titel</p> <p>• 1991-2001 Entstehung und Expansion heimischer Presseunternehmen</p> <p>• ab 1997 Beruhigung des Pressemarktes</p>	<p>• ab 1994 Entstehung neuer Rundfunkanbieter (Radio/Fernsehen) durch die Vergabe weiterer Sendelizenzen</p> <p>• ab 1996: Konsolidierung des Radiomarktes</p> <p>• ab 1998: Größerer Wettbewerb auf dem Fernsehmarkt durch neue Anbieter</p>

Kapitel IX: Transformation und Entwicklungsprozess in den polnischen Medien – ein Resümee

Bei der Analyse medienbezogener Transformationsprozesse, die sich seit Ende der achtziger Jahre in den Ländern des ehemaligen Ostblocks vollziehen, ist es unerlässlich, die stattfindenden Entwicklungen in den historischen und in den allgemeinen transformationsbezogenen Kontext des jeweiligen Landes einzubetten. Verzichtet man auf eine derartige Herangehensweise und betrachtet die Medien lediglich isoliert, besteht die Gefahr, die medialen Transformationsverläufe zwar abbilden, die Logik und die Zusammenhänge der Prozesse jedoch nicht begreifen zu können. Ohne einen Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben, wurde in der vorliegenden Arbeit der Versuch unternommen, sich der theoretischen Erklärungsansätze sowie der mittlerweile vorliegenden empirischen Erkenntnisse der internationalen Politik- und Sozialwissenschaften zu bedienen, um relevante Faktoren, die den Verlauf der allgemeinen postkommunistischen Transformationsentwicklung flankieren und bestimmen, zu identifizieren und diese externen Parameter in die Analyse der medienbezogenen Transformation miteinzubeziehen.

Aus der Perspektive einer *Rückkehr nach Europa* beziehungsweise einer *Hinwendung zum westlichen Typus*, einer Transformationsoption, der zahlreiche postkommunistische Länder folgen, gilt Polen heute als eines der erfolgreichsten Transformationsländer des ehemaligen Ostblocks. Die Demokratie gilt als konsolidiert, rechtsstaatliche Prinzipien werden beachtet und auch die Wirtschaft hat sich unter den Bedingungen des freien Marktes – im Vergleich zu anderen postkommunistischen Ländern – bemerkenswert gut entwickelt. Die äußeren Voraussetzungen, die den Transformationsverlauf in dieser Perspektive positiv beeinflusst haben dürften, waren mannigfaltig: Es gab traditionell eine Orientierung in Richtung Westeuropa und auch Verbindungen zu der abendländischen Kultur, der Identifizierungsgrad der polnischen Bevölkerung mit dem kommunistischen System war eher gering und das Repressionsniveau des autoritären Regimes nicht extrem ausgeprägt. In Polen gab es regelmäßig Staatskrisen und es gab Dissidentenbewegungen, die zur Entstehung alternativer politischer Eliten und der oppositionellen Massengewerkschaft *Solidarność* führten. Das schwächte das kommunistische Regime, das sich Ende der achtziger Jahre gezwungen sah, mit der oppositionellen Gegenbewegung in Verhandlungen zu treten, um einen Ausweg aus der wirtschaftlichen und politischen Krise zu finden. Der intendierte Systemwandel mündete in einen Systemwechsel, wobei sich Polen zu einer rechtsstaatlichen und marktwirtschaftlichen Demokratie westlichen Typs entwickelte. Obwohl es in der prä-transformationellen Ära gerade zahlreiche polnische Dissidenten waren, die modelltheoretische Alternativen zu der diskreditierten kommunistischen Ordnung, aber auch zu der kommerziellen Ausrichtung des kapitalistischen Westens entwickelt hatten, setzte sich diese mit einer zivilgesellschaftlichen Neuordnung des sozialen Systems verbundene Entwicklungsoption in der transformationellen, von pragmatischem Handeln bestimmten Realität Polens nicht durch.

Analog zu dieser teleologischen Ausrichtung in der Perspektive einer *Rückkehr nach Europa* beziehungsweise einer *Hinwendung zum westlichen Typus* verlief auch der Transformations- und Entwicklungsprozess der polnischen Medien. Die Bewertung der Fortschritte im postkommunistischen Transformationsprozess des polnischen Mediensystems wird aus diesem Grunde nicht an den ursprünglichen Zielen ehemaliger ost- und mitteleuropäischer Dissidenten gemessen, sondern erfolgt vor dem Hintergrund der eingeschlagenen Transformationsausrichtung. Als Fazit der vorliegenden Untersuchung kann gelten, dass der in Ost- und Mitteleuropa anzutreffende politisch-mediale Parallelismus gleichfalls in Polen zum Tragen kam: Korrespondierend mit der erfolgreichen allgemeinen Transformationsentwicklung haben auch die Medien die ehemals knebelnden Fesseln der kommunistischen Medienordnung abschütteln können: Sie sind freier, pluralistischer, unabhängiger und dezentraler geworden und haben sich – trotz einiger immer noch bestehender struktureller Probleme und Defizite – im Allgemeinen gut entwickelt. Der eingeschlagene politische Demokratisierungsprozess schuf den Handlungs- und Entfaltungsspielraum für die Entwicklung einer unabhängigen privaten Presse und eines unabhängigen privaten Rundfunks. Die gute Wirtschaftsentwicklung in den neunziger Jahren war wiederum eine wichtige Voraussetzung für die Entstehung einer breiten Angebotsvielfalt und für die ökonomische Unabhängigkeit privater Medien vom Staat, von Politeliten, Wirtschaftsoligarchen oder Mäzenen.

Die Transformation des Mediensystems in Polen stellte nach der Besiegelung der Ära des Kommunismus eine Pionierleistung im gesamten ehemaligen Ostblock dar. Es existierte kein vergleichbares Vorbild und es gab auch keinen von der Opposition vorbereiteten, realisierungs- und zudem konsensfähigen Master-Plan, der eine Medienentwicklung *außerhalb* kommunistischer Ordnungsstrukturen vorgesehen hätte und der zugrunde gelegt hätte werden können. Dies hatte zur Folge, dass im Frühjahr 1989 ein Prozess mit vielen unbekanntem Variablen begann, wobei die Etablierung der neuen Medienordnung mit vielen unverständlichen, zum Teil inkonsequenten Entscheidungen der verschiedenen am Prozess beteiligten Akteure verbunden war. Aufgrund der zahlreichen in einer postkommunistischen Transformationsgesellschaft verlaufenden Konfrontationslinien und den vielen Regierungswechseln, die die junge Demokratie erlebte, konnte sich keine konsequente medienbezogene Leitlinie durchsetzen: Die Vorstellungen der politisch Verantwortlichen, an welchem westlichen Modell sich Polen orientieren sollte, bis zu welchem Grade eigenständige Konzepte zugrunde gelegt werden konnten und auch bis zu welchem Maße die in der Ära des Kommunismus entstandenen Strukturen beibehalten werden durften, wichen zu sehr voneinander ab. Aus diesem Grunde ist Polens heutige Medienlandschaft das Ergebnis einer Mischung aus weitreichender Liberalisierung und Deregulierung des Medienmarktes auf der einen Seite und einer gezielten interessengelenkten oder protektionistischen Steuerung auf der anderen Seite. Insgesamt stellte der Medienwandel einen komplexen und vielschichtigen Prozess dar, der nur zum Teil medienpolitisch gesteuert wurde beziehungsweise gesteuert werden konnte. Zahlreiche, ganz unterschiedliche wirtschaftliche, strukturelle, politische, personengebundene und kulturelle Faktoren haben den Verlauf und die Entwicklung mitgeprägt.

Zusammenfassend betrachtet zeichnet sich das polnische Modell postkommunistischer Medientransformation durch folgende Charakteristika aus.

- Grundlegende strukturelle Veränderungen wurden zunächst in der Presse vorgenommen, wobei in Polen – im Gegensatz zu anderen ost- und mitteleuropäischen Ländern, in denen es nach den politischen Umbrüchen zu spontanen Privatisierungen im Pressesektor gekommen ist – die politisch Verantwortlichen die Entscheidung trafen, die Zeitungen und Zeitschriften des zentralen und dominierenden Verlages (*RSW*) nicht den Gesetzen des freien Marktes zu überlassen, sondern kontrolliert zu privatisieren. Damit wurde der Versuch unternommen, den Prozess der Presstransformation mit dem Ziel zu steuern, die bestehenden monopolistischen Strukturen zu beseitigen und eine Presselandschaft zu schaffen, die die neuen pluralistischen Verhältnisse widerspiegeln sollte.
- Die Entwicklung, die nach der Privatisierung des *RSW*-Konzerns im Presse-Sektor einsetzte, zeichnet sich im krassen Gegensatz zu der politisch motivierten *gerechten Aufteilung* der Presse ironischerweise durch ein medienpolitisches Vakuum und eine weit reichende Liberalisierung und Deregulierung aus.
- Eine Neuordnung des Rundfunks wurde wesentlich später eingeleitet als die Reorganisation des Pressewesens. Zwei Hauptgründe waren hierfür verantwortlich: Auf der einen Seite schien es beim Rundfunk wesentlich schwieriger, anstelle des durch Propaganda diskreditierten staatlichen Rundfunks, ein neues, mehrheitsfähiges und konstruktives Modell für die Zukunft zu entwickeln. Auf der anderen Seite wurde die Reform der bestehenden Ordnung aus strategischen und politischen Gründen immer wieder verzögert – unter anderem auch, weil die ersten polnischen Premierminister ihren Einfluss auf das staatliche Fernsehen nicht verlieren wollten.
- Das 1992 verabschiedete Rundfunkgesetz beendete das quasi staatliche Rundfunkmonopol und ermöglichte die Etablierung einer dualen Rundfunkordnung. Der private Sektor entwickelte sich seit 1993 kontinuierlich. Als eine Reminiszenz an die ursprünglichen Dissidentenkonzepte können die Bestimmungen des neuen Rundfunkgesetzes betrachtet werden, die den besonderen rechtlich-organisatorischen Status eines *gesellschaftlichen* Veranstalters vorsehen. Darum können sich Vereinigungen, Stiftungen sowie kirchliche Einrichtungen bewerben.
- Was den staatlichen Rundfunk anbelangt, war es innerhalb der politischen Eliten offenbar unstrittig, dass dieser nicht in völlig unabhängige öffentlich-rechtliche Strukturen entlassen werden sollte. Sowohl die Tatsache, dass eine Aktiengesellschaft des Staates als geeignete Organisationsform gewählt wurde, als auch der gewählte Berufungsmodus für den Nationalen Rundfunkrat, der sich als neues Rundfunkkontrollgremium indirekt auch für die organisatorischen und personellen Belange der nun öffentlich-rechtlichen Sender verantwortlich zeichnet, signalisieren, dass Verbindungslinien zwischen Politik und dem öffentlich-rechtlichen Radio und Fernsehen bestehen und dass Einflussnahme seitens der Politik erwünscht ist. Interessanterweise bedeutet dies jedoch nicht, dass

die amtierende Regierung automatisch direkten Einfluss auf den Nationalen Rundfunkrat ausüben kann. Aufgrund der Asynchronität zwischen den Rotationszyklen des Gremiums und den parlamentarischen Legislaturperioden kann es dazu kommen, dass die dominierende Kraft im Parlament und damit die Regierung diametral zur politischen Orientierung der Gremiumsmehrheit steht.

- In Polen existiert noch immer eine politische Kultur, die auf Einflussnahme auf die Medien zielt. Weil die Einflussnahme auf die mittlerweile privatisierten Print-Medien und auf die neuen privaten Rundfunkanbieter prinzipiell nicht mehr möglich ist, richtet sich das Begehren der polnischen politischen Elite in erster Linie auf die öffentlich-rechtlichen Medien und hier insbesondere auf das nationale Fernsehen. Alle politischen Gruppierungen beanspruchen die Kontrolle über die öffentlich-rechtlichen Medien und äußern lautstark ihren Unmut, wenn die politische Konkurrenz das Spiel bestimmt. Auch zwölf Jahre nach dem Zusammenbruch des Kommunismus und acht Jahre nach der Rundfunkreform wurden die öffentlich-reichlichen Medien noch immer als Instrumente der Politik und als ein unentbehrliches Kommunikationsmittel, mit dem man ein Massenpublikum erreichen kann, betrachtet.
- Die dynamische Entwicklung der polnischen Medien nach den politischen Umwälzungen wäre ohne das dynamische Wachstum des polnischen Werbemarktes nicht möglich gewesen. Nach einem langsamen Start Anfang der neunziger Jahre verbuchte die polnische Werbebranche von Jahr zu Jahr neue Umsatzrekorde. Das Werbevolumen hat sich von 1991 bis 2001 um das 24-fache vergrößert. Gründe für die ungewöhnlich starke Dynamik der Werbewirtschaft waren die allgemeine positive Wirtschaftsentwicklung und die Tatsache, dass Polen mit rund 38 Millionen Einwohnern einen interessanten Absatzmarkt darstellt.
- Einen weiteren bedeutenden Faktor für die dynamische Entwicklung polnischer Medien stellten Investitionen ausländischer Unternehmen dar, die den polnischen Medienmarkt als ein lukratives Investitionsfeld entdeckten und ihn insbesondere nach der politischen und ökonomischen Stabilisierung Mitte der neunziger Jahre betraten. Investiert haben ausländische Verleger vor allem in die Print-Medien. Im Gegensatz dazu sind Investitionen in polnische Rundfunkmedien aufgrund rechtlicher Bestimmungen nur begrenzt möglich. Die Dominanz ausländischer Investoren wird in der polnischen Fachöffentlichkeit und auch in der breiten Öffentlichkeit in regelmäßigen Abständen kritisch diskutiert und hat politisches Potenzial.
- Protektionistische Maßnahmen im Rundfunk sind eine Besonderheit der polnischen Medienpolitik. Im Rundfunkbereich existiert eine ganze Reihe spezifischer Regelungen, die diese Aufgaben erfüllen. Das bezieht sich auf die gesetzliche Beschränkung des Anteils ausländischer Unternehmen an polnischen Rundfunkmedien (maximal 33 Prozent) und auf Bestimmungen, die die landeseigene audiovisuelle Produktion fördern sollen. Eine spezielle protektionistische Aufgabe haben die öffentlich-rechtlichen Anstalten gegenüber der polnischen Kultur zu erfüllen: Sie müssen sie

fördern, verbreiten und schützen. Zu den protektionistischen Maßnahmen zählt außerdem die rechtliche Begrenzung des Anteils ausländischer Investoren an polnischen Kabelnetzen auf maximal 49 Prozent.

- Die partizipatorischen und auf die Etablierung eines Systems gesellschaftlicher Medien zielenden Konzepte, die auf Dissidentendebatten zur Schaffung einer neuen zivilgesellschaftlichen Gesellschaftsordnung basieren, finden sich in Polen nur in Rudimenten wieder. Nach der sehr frühen Phase der Transformation, als Bürgerbeteiligung noch ein populäres politisches Schlagwort war und partizipatorische Elemente in der Medienpolitik durchaus eine Rolle spielten, verloren sie zunehmend an Bedeutung⁴⁵². Theoretisch betrachtet war Polen aufgrund der prä-transformationellen Vorzeichen (Dissidentendebatten, aktive Gesellschaftsbewegung) für die Adaption einer innovativen, partizipatorischen und auf freier Kommunikation aller gesellschaftlicher Subjekte beruhenden Medienordnung durchaus prädestiniert, diese Option setzte sich – analog zu der allgemeinen Transformationsentwicklung – bei der Neuordnung der Medien jedoch nicht durch. In der transformationellen Medienrealität erwiesen sich die modelltheoretischen Überlegungen als zu idealistisch und finanzintensiv, in der praktischen Umsetzung als zu kompliziert und außerdem von der gesamtgesellschaftlichen Entwicklung abgekoppelt. Aus der Perspektive einer zivilgesellschaftlichen Erneuerung betrachtet, sind die eigenständigen Modelle gescheitert.

Die Transformation polnischer Medien begann als Ergebnis der historischen Verhandlungen am Runden Tisch im Winter/Frühjahr 1989. Die Kernaussagen zur Zukunft polnischer Medien, insbesondere die Betonung der ungehinderten Beteiligung am gesellschaftlichen Kommunikationsprozess, spiegeln wider, welche große Bedeutung die Konzepte und Überlegungen polnischer Dissidenten damals noch hatten. An diesem frühen Punkt des Medienwandels und des Versuches der Erneuerung der Kommunikationsordnung spielten basisdemokratische Elemente eine zentrale Rolle. Die getroffenen Vereinbarungen der für Massenmedien zuständigen Kommission leiteten ab Frühjahr 1989 einen strukturellen Wandel ein: Die Abkehr von der alten Ordnung erfolgte nicht radikal, sondern zunächst stufenweise. Dieser Prozessverlauf beruhte darauf, dass der politische Wechsel in Polen nicht durch einen Kollaps des alten Regimes eingeleitet worden war, sondern dass die am Runden Tisch getroffenen Vereinbarungen einen Kompromiss zwischen den Interessen der kommunistischen Partei und ihrer Bündnispartner auf der einen Seite und der *Solidarność* und den mit der Gewerkschaftsbewegung verbundenen Bürgerkomitees auf der anderen Seite darstellten. Radikale Brüche mit der Vergangenheit fanden in der frühen Phase der Transformation nicht statt, weil die neuen politischen Akteure noch nicht autonom agieren konnten: Der Regierung des ersten nichtkommunistischen Premierministers Mazowiecki gehörten bis Sommer 1990 auch Vertreter der alten Nomenklatura an. Nichtsdestoweniger formulierten Tadeusz Mazowiecki und die an seiner Regierung

⁴⁵² Partizipation war jahrzehntelang das zentrale Ziel der Oppositionsbewegung, die die polnische Gesellschaft als unfrei und unterdrückt ansah. Als das Element der Unterdrückung wegfiel, wurde der Partizipation ein wesentlich geringerer Stellenwert beigemessen. Andere politische und persönliche Ziele rückten in den Vordergrund.

beteiligten *Solidarność*-Vertreter die Abschaffung der bestehenden monopolistischen und zentralistischen Strukturen und die Zulassung neuer Akteure zum Medienmarkt zum vorrangigen politischen Ziel.

Im Bereich der Presse zeichneten sich die ersten unterschweligen Veränderungen bereits im Frühjahr 1989 ab, als die ersten Alternativen zur offiziellen Presse auftauchten. Dabei handelte es sich um aus dem Untergrund aufgetauchte Blätter oder Neugründungen. Ein grundlegender struktureller Wandel der polnischen Presse setzte schließlich im Frühjahr 1990 ein, als der Sejm das Gesetz über die Auflösung der über Jahrzehnte zu einem Pressemoloch aufgebauten Arbeiterverlagsgenossenschaft (*RSW*) verabschiedete und damit das Ende des quasi staatlichen Monopols im Pressebereich einleitete. Das Gesetz, ein Kompromiss zwischen der neuen Politelite und der alten Nomenklatura, war umstritten, insbesondere deshalb, weil es die Möglichkeit vorsah, Zeitungen und Zeitschriften den Redaktionsteams zu überlassen, die in den Strukturen des kommunistischen Systems entstanden waren. Trotz heftiger politischer Auseinandersetzungen und öffentlich geführter Debatten galt die von oben eingeleitete und gesteuerte Privatisierung des *RSW*-Konzerns im Juni 1991 als abgeschlossen: Der Pressekonzern wurde zerschlagen und die Titel des zentral gelenkten Konzerns wurden verschiedenen Interessenten – Journalisten, Privatleuten, Unternehmen – übergeben oder verkauft. Dadurch erhielten neue Akteure Zugang zum Pressemarkt und zwar zu etablierten Titeln. Ein der damaligen Zeit entsprechendes, betont partizipatorisches Element während der Privatisierung des *RSW*-Konzerns war die Möglichkeit gesellschaftlicher Gruppen oder Privatpersonen an dem Entscheidungsprozess mitzuwirken, indem sie der zuständigen Liquidierungskommission ihren Favoriten mitteilten. Ebenso bemerkenswert ist, dass bei der Privatisierung der *RSW*-Titel nicht nur ökonomische, sondern ebenso gesellschaftliche und politische Aspekte eine wichtige Rolle spielten. Dieser von der Liquidierungskommission vorgegebene medienpolitische Kurs war ein Grund dafür, dass finanzkräftige ausländische Investoren in der Regel nicht so erfolgreich waren wie die kapitalschwachen polnischen Konkurrenten.

Im Rückblick betrachtet stellt die Auflösung der Arbeiterverlagsgenossenschaft eine elementare, aber nur eine erste Etappe des Transformationsprozesses der polnischen Presse dar. Der komplizierte und von heftigen Auseinandersetzungen begleitete Kraftakt der Privatisierung des Pressemolochs *RSW* hätte nicht gegensätzlicher zu dem ihm folgenden Entwicklungsprozess ausfallen können: Da die Regierung des 1991 regierenden wirtschaftsliberalen Jan Krzysztof Bielecki, aber auch die Nachfolgeregierungen, der gesteuerten Privatisierung keinerlei medienpolitische Regulierungen folgen ließen, entwickelte sich die polnische Presse ab Sommer 1991 – ohne jegliche rechtliche Beschränkungen und ohne einen ideellen Überbau – zum ganz profanen Informationsgut und es waren die Kräfte des Marktes, die einen erneuten Strukturwandel in Gang setzten. Fast unmittelbar nach den Privatisierungen wechselten zunächst die Besitzverhältnisse an den verschiedenen Publikationen des aufgelösten *RSW*-Konzerns. Beinahe alle privatisierten Titel benötigten dringend Kapital, um notwendige Modernisierungen vornehmen zu können. Zur Gruppe bedeutender polnischer Investoren zählten damals vor allem große Banken und

Versicherungsunternehmen sowie einige vermögende Privatpersonen. Nach der Privatisierung der *RSW*-Publikationen existierten außerdem keinerlei rechtliche Beschränkungen für ausländische Investoren. Diese Chance nutzten viele ausländische Verleger und Unternehmen und begannen, den polnischen Pressemarkt ab 1991 schrittweise zu erobern, indem sie zunächst Anteile an polnischen Publikationen erwarben und später gänzlich neue Angebote lancierten. Besonders in den Jahren 1994 bis 1996, einer Periode, in der sich die politische und ökonomische Stabilisierung und die Konsolidierung Polens abzeichneten, kam es zu einem massiven Marktzutritt ausländischer Zeitschriftenverleger.

Die Jahre 1991 bis 1996 gelten als Jahre der Marktberreinigung in der polnischen Presse: Die neuen Marktbedingungen und die wettbewerbsorientierte Realität stellten für die meisten polnischen Publikationen – die alten, die reaktivierten, aber auch die neu entstandenen Titel – eine Herausforderung dar. Um in der neuen Situation überleben zu können, schlugen die einzelnen Publikationen verschiedene Strategien ein, die sehr unterschiedliche Resultate zur Folge hatten: Teilweise sind alte Titel vom Markt verschwunden, teilweise haben sie überlebt. Teilweise konnten sich Neugründungen auf dem Markt durchsetzen, teilweise verzeichneten sie erhebliche Misserfolge.

Auf landesweiter Ebene überlebten lediglich zwei von insgesamt zehn alten Titeln, die im Jahre 1989 überregional verbreitet worden waren. Die anderen wurden eingestellt oder sie veränderten ihr publizistisches Profil. Im Bereich der regionalen Zeitungen haben sich die meisten alten Titel hingegen auf dem Markt behaupten können. Das beruhte einerseits auf der Lesertreue, andererseits auf einem enormen Modernisierungsschub, der durch die neuen Eigentümer, insbesondere ausländische Verleger, die heute den regionalen Markt dominieren, eingeleitet wurde. Die modernisierten *RSW*-Blätter zählten Ende der neunziger Jahre zu den erfolgreichsten regionalen Tageszeitungen Polens.

Von 1989 bis 2001 entstanden ebenfalls insgesamt 70 neue Tageszeitungen, wovon sich allerdings lediglich 13 auf dem Markt durchsetzen konnten. Im Jahre 2001 existierten in Polen insgesamt elf landesweit verbreitete allgemeine und spezielle Tageszeitungen sowie 35 allgemeine regional verbreitete Tageszeitungen. Durchschnittlich wurden jeden Tag 2,6 Millionen Exemplare gedruckt, von denen mehr als eine Million auf die drei größten polnischen überregionalen Titel entfiel: *Gazeta Wyborcza*, *Super Express* und *Rzeczpospolita*.

Im Hinblick auf die politische Ausrichtung der meinungsbildenden Titel, ist bei den landesweiten Angeboten das gesamte politische Spektrum vertreten. Vor allem in diesem Sektor tagesaktueller Presse lassen sich weltanschauliche und politische Unterschiede ausmachen. Die regionalen Angebote sind in ihrer politischen Ausrichtung neutraler. Da sie auf den regionalen Märkten ein möglichst großes Publikum erreichen wollen, beziehen sie in der Regel keine so eindeutigen Positionen wie die überregionalen Blätter. Eine Analyse der Eigentumsverhältnisse polnischer Tageszeitungen ergibt, dass der Markt überregionaler Angebote relativ ausgewogen ist. Obwohl die führende polnische Tageszeitung *Gazeta Wyborcza* eine sehr starke Position innehat, waren in diesem Presse-Sektor im Jahre 2001 insgesamt elf verschiedene Verlage vertreten. Ganz

anders die Situation auf dem Markt regionaler Tageszeitungen: Dort dominierten eindeutig Polskapresse, die polnische Tochter des Verlages Passauer Neue Presse, sowie der norwegische Konzern Orkla Media.

Polnische Tageszeitungen haben sich im Laufe der neunziger Jahre stark verändert. Nicht nur bei den großen überregionalen, sondern auch bei den regionalen Tageszeitungen wurde die Druck- und Papierqualität besser, das Layout moderner, die Zeitungen wurden bunter und die Umfänge erheblich ausgeweitet. Während Zeitungen in der Volksrepublik Polen im Durchschnitt acht Seiten Umfang hatten, erhöhte sich die Seitenanzahl polnischer Zeitungen in den neunziger Jahren auf durchschnittlich 60, manche Titel druckten sogar mehr als 100 Seiten pro Ausgabe. Eine Besonderheit der polnischen tagesaktuellen Presse der neunziger Jahre sind die zum Teil extremen Schwankungen der Auflage innerhalb einer Woche. An Tagen, an denen spezielle Beilagen erscheinen, kann sich die Auflage der einzelnen Tageszeitungen im Vergleich zum verkaufsschwächsten Wochentag im Extremfall versiebenfachen. Für die Entwicklung der polnischen Presse ebenfalls typisch war eine Regionalisierung der Berichterstattung durch die Einführung regionaler Ausgaben bei landesweiten Tageszeitungen. Zudem setzten regionale Tageszeitungen immer weniger darauf, im Bereich der Weltnachrichten mit den überregionalen Tageszeitungen zu konkurrieren, sondern konzentrierten sich stattdessen auf eine Intensivierung der regionalen Berichterstattung. Ein Novum auf dem polnischen Zeitungsmarkt war das Konzept, die Mantelausgabe einer regionalen Zeitung durch lokale Teile zu ergänzen, die von selbständigen Redaktionen produziert werden. Diese Form der lokalen Berichterstattung und die dafür notwendigen Strukturen wurden in Polen erst von dem Passauer Neue Presse-Konzern eingeführt.

Dass die Bedeutung lokaler Berichterstattung im Allgemeinen zugenommen hat, beweist das vielfältige Angebot, das in den Jahren 1999 und 2000 auf dem Markt anzutreffen war: Lokale Publikationen stellten rund ein Fünftel aller in Polen herausgegebenen Publikationen dar. Rund 30 Prozent der lokalen und sublokalen Titel wurden der so genannten Pfarrbezirkspresse zugeordnet, die sich seit Anfang der neunziger Jahre stark entwickelt hat. Weitere 40 Prozent der lokalen Publikationen waren direkt oder indirekt mit kommunalen Selbstverwaltungen, Stadt- und Gemeinderäten und sonstigen staatlichen Regionalbehörden verbunden und wurden von diesen komplett oder zum Teil finanziert. Die Mehrzahl dieser Blätter erfüllte die Funktion eines Informationsbulletins. Die übrigen 30 Prozent galten als unabhängig und wurden von verschiedenen Organisationen und Privatpersonen herausgegeben.

Im Vergleich zum Tageszeitungs-Sektor, auf dem sich das quantitative Angebot relativ moderat erhöht hat, entwickelte sich der Zeitschriften-Sektor sehr dynamisch. Die Anzahl monatlich erscheinender Titel ist innerhalb von zehn Jahren um das Zweieinhalbfache, die der 14-tägig und wöchentlich erscheinenden Titel um das Doppelte gewachsen. Auch die Gesamtauflage dieser Publikationen ist gestiegen. Als ab 1989 neue und für polnische Leser und Leserinnen teilweise völlig unbekannte Angebote auf den Zeitschriftenmarkt kamen, wurde deutlich, dass in diesem Sektor ganz erhebliche Marktlücken existierten. Das publizistische Defizit war der Hauptgrund, warum es in den neunziger Jahren gerade auf dem polnischen

Zeitschriftenmarkt zu sehr großen Umwälzungen gekommen ist. In erster Linie waren es ausländische, darunter in großem Maße deutsche Verlage, die die Marktlücken in diesem Segment entdeckt und gefüllt haben. Das neue Angebot an Frauenzeitschriften, Jugendzeitschriften, TV-Programm-Magazinen und bunten Illustrierten stieß in Polen auf großes Interesse und wirkte sich auf die traditionellen, originär polnischen Zeitschriften unmittelbar aus, die sich anpassen mussten oder vom Konkurs bedroht waren.

Neben einer Gruppe kapitalstarker westlicher Verlage, denen es gelungen ist, sich auf dem polnischen Zeitschriftenmarkt erfolgreich zu positionieren und die diesen Medien-Sektor seit Mitte der neunziger Jahre dominieren, spielen auch einige polnische Verlage eine nicht unbedeutende Rolle. Im Hinblick auf den Marktanteil bleiben sie jedoch weit hinter der westlichen Konkurrenz zurück. Zu den wichtigsten und auflagenstärksten Gattungen im Zeitschriften-Sektor haben sich in den neunziger Jahren TV-Programm-Magazine, Frauenzeitschriften, bunte Illustrierte sowie Jugendzeitschriften entwickelt. Einige dieser Zeitschriften erreichen regelmäßig Millionen polnische Leserinnen und Leser.

Trotz einiger, sich abzeichnender Konzentrationstendenzen kann die polnische Presse in Bezug auf die Besitzverhältnisse als plural und publizistisch als vielfältig eingestuft werden. Bis auf einige zu vernachlässigende Ausnahmen sind polnische Print-Medien privatwirtschaftlich organisiert und finanzieren sich durch Verkauf und Anzeigenannahmen. Der Staat oder die Regierung sind dadurch nicht mehr in der Lage, auf die Print-Medien direkten Einfluss auszuüben.

Die polnische Rundfunkordnung wurde wesentlich später als die Presse restrukturiert, gleichwohl machten sich auch in diesem Sektor bereits im Herbst 1989 erste Veränderungen bemerkbar. Als erste rundfunkpolitische Maßnahmen der Regierung Mazowiecki gelten die Nominierung von *Solidarność*-Vertretern für das zentrale Rundfunkkomitee, das für das staatliche Fernsehen und staatliche Radio zuständig war, sowie die Einberufung einer Rundfunkreform-Kommission. Die Kommission, dominiert von ehemaligen Oppositionsaktivisten, stützte sich in ihren ersten Überlegungen zur Rundfunkreform auf die auf Dissidentendebatten basierenden Konzepte gesellschaftlicher Medien, insbesondere auf ein von der *Solidarność* in groben Zügen entwickeltes Konzept eines Drei-Säulen-Modells. Diesem Konzept zufolge sollte es neben Rundfunkveranstaltern öffentlich-rechtlichen Charakters und privaten, an Gewinnen orientierten Sendern auch noch eine dritte Gruppe nichtkommerzieller Betreiber, so genannter *gesellschaftlicher Sender* geben. Das *gesellschaftliche* Rundfunk-Modell sah vor, dass idealtypisch ein Markt diverser homogener Sender entstehen sollte, die jeweils von einer gesellschaftlich relevanten Institution betrieben werden würden. Während die Vorstellung eines kommerziellen Rundfunk-Sektors in den politischen Kreisen im Allgemeinen Zustimmung fand und im Gegensatz dazu ein wie auch immer gearteter Fortbestand der staatlichen Sender umstritten war, geriet das Konzept des *gesellschaftlichen* Rundfunks zunehmend ins Abseits.

Die neue polnische Machtelite nahm gegenüber dem Rundfunk recht schnell eine zwiespältige Haltung ein. Der distinguierte Publizist und neue Premier Mazowiecki, der selbst unter zensierten Medien und geknebelter Presse gelitten hatte, betonte auf der einen Seite zwar immer wieder die Bedeutung einer freien

Presse und eines freien Journalismus. In der realen Politik unternahm er allerdings nicht viel, um eine wirklich unabhängige Berichterstattung im staatlichen Rundfunk zu etablieren und das Tempo der Reformen beim staatlichen Rundfunk zu beschleunigen. Dies hatte handfeste Gründe: Nur kurze Zeit an der Macht sah sich die ehemalige Opposition, deren Vertreter für freie Medien gekämpft hatten und dafür zum Teil sogar Gefängnisstrafen verbüßen mussten, den unangenehmen Seiten der neuen Medienfreiheit ausgesetzt: einer harschen Kritik an den Regierungsentscheidungen und an der Transformationspolitik – und zwar nicht nur seitens des politischen Gegners, sondern auch seitens der Journalisten des eigenen politischen Lagers. Diese zwiespältige Position führte dazu, dass der polnische Rundfunk aufgrund des verlockenden politischen Potenzials strukturell eine relativ lange Zeit ein transformationsresistentes Relikt polnischer Medienpolitik geblieben ist. Veränderungen fanden in den ersten Jahren der Transformation lediglich unterschwellig statt. Beim staatlichen Fernsehen und beim staatlichen Radio erfolgte dies beispielsweise durch einen moderaten Personalwechsel. Ab 1990 zeichnete sich auf dem polnischen Rundfunkmarkt eine andere dynamische Entwicklung ab: Trotz eines verhängten Frequenzmoratoriums, wollten viele Organisationen, Institutionen und Privatpersonen nicht warten, bis die organisatorischen und legalen Parameter für den Rundfunk geändert werden würden: Sie begannen Anfang der neunziger Jahre als Piraten illegal auf Sendung zu gehen und entwickelten sich teilweise zu wirklichen Alternativen zu den staatlichen Rundfunkmedien. Da die polnischen Behörden lange Zeit keine ernsthaften Versuche unternommen hatten, gegen diese illegal ausstrahlenden Sender vorzugehen, konnten sich bis Herbst 1992 55 Hörfunk- und 19 Fernsehpiraten etablieren. Aus dieser Perspektive betrachtet entstand der Sektor des privaten Rundfunks in Polen bereits vor der eigentlichen Rundfunkreform und vor der offiziellen Einführung einer dualen Rundfunkordnung

Erst dreieinhalb Jahre nach Polens ersten *halbfreien* Wahlen konnten sich die legislativen Kräfte auf die längst überfällige Neuordnung des polnischen Rundfunksystems einigen. Am 29. Dezember 1992 wurde ein neues Rundfunkgesetz verabschiedet, das den staatlichen Rundfunk in seiner bisherigen Organisationsform abschaffte und die Einführung einer dualen Rundfunkordnung ermöglichte. Insgesamt sechs Alternativen waren im Laufe der Jahre konzipiert und diskutiert worden, wobei keines dieser Konzepte einen wirklich staatsfernen und unabhängigen Rundfunk anvisierte.

Zwar hatte eine Gruppe von Sejm-Abgeordneten ein historisch begründetes Misstrauen gegenüber einem Rundfunkmodell, das eine direkte politische und ökonomische Intervention eines Staatsorgans ermöglichen könnte. Andererseits wollten auch die neu an die Macht gekommenen und mit der *Solidarność* verbundenen Politiker den Staatsrundfunk nicht in eine faktische Unabhängigkeit entlassen. Letztendlich entschied sich die polnische Polit-Elite gegen eine komplette Privatisierung und Deregulierung des Rundfunkmarktes nach US-amerikanischem Vorbild und wählte ein Rundfunkkonzept, das sich in großem Maße an dem französischen Modell mit einem zentralen Rundfunkkontrollorgan orientiert.

Der neu ins Leben gerufene Nationale Rundfunkrat wurde mit sehr weit reichenden Kompetenzen ausgestattet: Er regelt alle Rundfunkangelegenheiten, beaufsichtigt alle Rundfunksender und vergibt Konzessionen an private Anbieter. Im traditionell zentralistisch organisierten Polen liegt somit die gesamte

rundfunkpolitische Kompetenz in der Hand der neuen Institution. Mit der Entscheidung, eine einzige Institution zum zuständigen Organ für alle Rundfunkangelegenheiten zu machen, hat der polnische Gesetzgeber ein recht hybrides rechtliches Wesen geschaffen, das entgegen den Prinzipien der Gewaltenteilung berechtigt ist, Recht in Form von Verordnungen und Beschlüssen festzulegen, gemäß dieser Normen zu handeln, ihre Einhaltung zu überwachen und zudem auch noch zu ahnden – die Kompetenz- und Machtfülle des Nationalen Rundfunkrates ist enorm. In sehr frühen Überlegungen zur Rundfunkreform sollte sich der Nationale Rundfunkrat aus hervorragenden Rechtsexperten und Filmleuten zusammensetzen. Letztendlich überwogen aber die politischen Machtinteressen. Die Nominierung des Nationalen Rundfunkrates hat unzweifelhaft politischen Charakter und das Gremium wird nach machtpolitischem Proporz besetzt: Vier Mitglieder werden vom Sejm nominiert, zwei vom Senat und drei vom polnischen Präsidenten.

Dass dem Nationalen Rundfunkrat von Anfang an eine bedeutende politische Rolle zugestanden wurde, zeigen die seit 1993 immer wiederkehrenden parlamentarischen Auseinandersetzungen sowie die öffentlich geführten Debatten. Obwohl im Rundfunkgesetz eindeutig festgeschrieben ist, dass jedes Ratsmitglied für die Dauer seines Mandats jegliche Mitgliedschaft und jegliche Posten in Politik, Gesellschaft, Kirche und Wirtschaft ruhen lassen muss, handelt es sich nur *de jure* um ein Gremium neutraler und unabhängiger Sachverständiger. *De facto* ist der Nationale Rundfunkrat ein durch und durch politisiertes Gremium. Vor dem Hintergrund des normativen Ideals eines staats- und regierungsunabhängigen Rundfunks, das in den westlichen Ländern Europas überall postuliert, allerdings auch dort in sehr unterschiedlichem Maße umgesetzt wird, muss der politische Charakter des zentralen polnischen Regulierungsorgans als problematisch angesehen werden. Vor allem der weit reichende Einfluss des Nationalen Rundfunkrates auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk kann als ein strukturelles Defizit angesehen werden: Der Nationale Rundfunkrat genoss und genießt das Privileg, die überwiegende Mehrheit der Aufsichtsräte des Polnischen Radios und des Polnischen Fernsehens, die wiederum die geschäftsführenden Vorstände wählen, nominieren zu dürfen.

Die staatliche Organisationseinheit Polnisches Radio und Fernsehen wurde im Frühjahr 1993 aufgelöst. Die staatliche Behörde wurde in 19 separate Aktiengesellschaften öffentlich-rechtlichen Charakters zerschlagen: 17 regionale Hörfunk-Anstalten, eine nationale Hörfunk-Anstalt mit Sitz in Warschau sowie eine nationale Fernseh-Anstalt (einschließlich 13 Regionalstudios) ebenfalls mit Sitz in Warschau. Aus dem ehemaligen staatlichen Rundfunk sind das Polnische Radio sowie das Polnische Fernsehen hervorgegangen. Der neue öffentlich-rechtliche Rundfunk verblieb also *de facto* weiterhin in staatlicher Hand: 100-prozentiger Anteilseigner der 19 Aktiengesellschaften ist der Staat, der durch den Finanzminister vertreten wird. Der Finanzminister übernimmt gleichzeitig die Rolle der Gesellschafterversammlung. Das neue Rundfunkgesetz enthält aber eine Reihe von Bestimmungen, die den Einfluss des Finanzministers – und damit verbunden auch der Regierung – auf die Aktiengesellschaften beschränken. Die ungewöhnliche Konstruktion der Ein-

Personen-Aktiengesellschaften des Staates kann als die polnische Variante des öffentlich-rechtlichen Rundfunkmodells angesehen werden.

Privater Rundfunk konnte sich auf dem polnischen Markt ab 1993 legal etablieren. Im Hörfunkbereich erhielten fast alle der bislang 55 illegal operierenden Piratensender eine Lizenz. Durch die Vergabe weiterer Sendelizenzen in einer zweiten Lizenzvergabe-Runde kamen zu den bestehenden Radioanbietern neue überregionale, regionale und lokale Sender hinzu. Als ein polnisches Medienphänomen gilt der Sender *Radio Maryja*. Der katholische, wenngleich nicht kirchliche Sender polarisiert die polnische Gesellschaft: Für seine Anhänger ist *Radio Maryja* die Stimme der Nation, die die polnischen Interessen, die Traditionen und die Kultur verteidigt. Für seine Gegner ist es ein autoritärer, religiös-fundamentalistischer, intoleranter, ausländerfeindlicher und antisemitischer Sender. Im Laufe der Jahre hat sich das spendenfinanzierte *Radio Maryja*, das den Status eines gesellschaftlichen Senders genießt, zum fünftbeliebtesten Radiosender Polens entwickelt.

Der private Hörfunk war in den neunziger Jahren unterschiedlich erfolgreich. Bereits Mitte 1996 wurde deutlich, dass sich die in der enthusiastischen Gründerphase oftmals anzutreffende Annahme, dass sich mit Radio viel Geld verdienen lasse, auf dem polnischen privaten Radiomarkt nur zum Teil bewahrheitete. Während sich die landesweiten und überregionalen Sender zu den meistgehörten Sendern in Polen entwickeln konnten, befanden sich viele kleine lokale Radiosender permanent an der Grenze zum finanziellen Kollaps. Dies führte Mitte der neunziger Jahre zu einem Konsolidierungsprozess: Die strukturellen Schwächen der lokalen Märkte führten dazu, dass sich viele lokale Sender zu Senderketten zusammenschlossen, um auf diese Weise ihren Werbekunden eine ausreichend große Zuhörerschaft und attraktive Werbetarife anbieten zu können. Außerdem setzte auf dem Radiomarkt ein Konzentrationsprozess ein, bei dem schwächere Sender von stärkeren Konkurrenten übernommen wurden oder bis dahin branchenfremde kapitalstarke Unternehmen durch Aufkäufe den Radiomarkt betraten. Im Vergleich zum Beginn der neunziger Jahre ist das Radioangebot in Polen unzweifelhaft größer und vielfältiger geworden. Das bezieht sich insbesondere auf die Ballungsräume, die für die Werbewirtschaft attraktiv sind und privaten Anbietern eine ökonomische Basis bieten können.

In einem noch größeren Maße als im Hörfunk ist die Situation auf dem polnischen Fernsehmarkt durch Wettbewerb geprägt. Polen hat sich aufgrund der hohen Bevölkerungszahl und der florierenden Werbewirtschaft in den neunziger Jahren zum größten und am schnellsten wachsenden Fernsehmarkt in Ost- und Mitteleuropa entwickelt. Dominiert wurde der polnische Fernsehmarkt viele Jahre lang durch das öffentlich-rechtlich Polnische Fernsehen. Im Gegensatz zu vielen anderen öffentlich-rechtlichen Sendern in Ländern des ehemaligen Ostblocks, ist es der polnischen Rundfunkanstalt gelungen, ihre führende Position auch unter den Bedingungen eines funktionierenden dualen und wettbewerbsorientierten Fernsehmarktes zu verteidigen. Ende der neunziger Jahre galt das Polnische Fernsehen als eines der wichtigsten Medienunternehmen in Mitteleuropa.

Zu ernst zu nehmenden Konkurrenten des Polnischen Fernsehens entwickelten sich insbesondere zwei Anbieter, die landesweit beziehungsweise überregional verbreitet werden. Einen erheblichen Startvorteil hatte der Sender *Polsat*, der die erste landesweite Sendelizenz erhalten hatte und im März 1994 erstmals auf Sendung ging. Dieser ausschließlich von polnischen Geldgebern finanzierte Sender entwickelte sich zum größten privaten Anbieter in Polen. Nur mit Verzögerung konnte Ende der neunziger Jahre ein zweiter privater Anbieter, *TVN*, zu der Riege der führenden Fernsehsender in Polen dazustoßen. Durch die private Konkurrenz, zu der außerdem andere regionale und lokale lizenzierte Sender sowie zahlreiche nicht lizenzierte Sender zählen, hat das öffentlich-rechtliche Polnische Fernsehen seine ehemals exponierte Stellung auf dem Zuschauer- und Werbemarkt schrittweise verloren.

Wie sich die polnischen Medien weiterentwickeln werden, wird in erster Linie von der allgemeinen Wirtschaftslage abhängen. In dieser Hinsicht zeichnete sich im Jahre 2001 erstmals ein Umkehrtrend ab. Ähnlich wie die globalen Märkte, begann auch Polens Wirtschaft langsamer zu wachsen und das Land rutschte in eine Wirtschaftskrise, die sich bereits im Jahre 2001 auf die Medien auszuwirken begann. Wie die Medien in anderen europäischen Ländern werden die polnischen Medien diese Rezession bewältigen müssen, wobei es dabei zu erneuten strukturellen Veränderungen kommen kann.

Polnische Medien in Europa

Verglichen mit den Anfängen der neuen polnischen Medienordnung zu Beginn der neunziger Jahre haben sich polnische Medien enorm verändert und entwickelt. Genauso wie die polnische Realpolitik in Richtung Europäische Union strebte, entwickelte sich die polnische Medienlandschaft in Richtung westlicher Medienrealitäten. Wenn wir von Medien in Ost- und Mitteleuropa sprechen, so ist es heute lediglich die gemeinsame Erfahrung von 45 beziehungsweise 73 Jahren Kommunismus, die uns dazu berechtigt, diese Ländergruppe als eine Einheit aufzufassen. Die Idee eines gemeinsamen Blocks dieser Länder hat sich während des langjährigen Ost-West-Konflikts festgesetzt und verschwindet nur langsam. In Bezug auf Polen wäre es heute angemessener, das Land und seine Medien nicht zwangsläufig in Ost- und Mitteleuropa, sondern vielmehr in West- und Mitteleuropa zu positionieren.

Würden Sieberts, Peters und Schramms (1976) *Four Theories of the Press* aktualisiert, würde Polens Mediensystem heute zweifellos als ein Element der Medien der freien Welt klassifiziert werden.

Nicht ganz so simpel ist es, Polens Medien in Mancinis und Hallins (im Druck) Drei-Säulen-Modell der westlichen Medien einzuordnen. Auf der einen Seite passt Polen zum Teil in die Säule des mediterranen oder polarisiert-pluralistischen Modells: Noch später als in den anderen Transformationsländern Portugal, Spanien und Griechenland setzte hier die Demokratisierung ein. In Polen ist die Parteienlandschaft durch viele, zum Teil extrem ausgerichtete Parteien geprägt, und auch das System gegenseitiger Gefälligkeiten ist kein Fremdwort. Genauso wie in den Ländern des mediterranen Modells üben polnische Politiker gerne direkten oder indirekten Einfluss auf die Medien aus, insbesondere auf das öffentlich-rechtliche Fernsehen, das

oftmals politisch instrumentalisiert wird⁴⁵³. Und auch in Polen werden wichtige Posten im Rundfunk politisch besetzt. Während der private Rundfunk in den Ländern des mediterranen oder polarisiert-pluralistischen Modells weitestgehend dereguliert ist, unterliegt er in Polen relativ vielen Regulierungen. Das bezieht sich auf die Besitzverhältnisse sowie auf die Inhalte. In dieser Beziehung passt Polen in die Säule des nordmitteleuropäischen oder demokratisch-korporatistischen Modells. Viele Elemente des polnischen Print-Sektors fallen ebenfalls in diese Kategorie: Polnische Zeitungen sind nicht auf Subventionen oder Mäzene angewiesen, sondern in der Regel finanziell unabhängig. Was die wichtigsten meinungsbildenden politischen Zeitungen in Polen angeht, stellen diese genauso wie ein Großteil der Presse in den Ländern des nordmitteleuropäischen oder demokratisch-korporatistischen Modells, keine Parteizeitungen dar – sie sind aber oftmals mit bestimmten sozialen und politischen Gruppierungen verbunden. In die Säule des nordatlantischen oder liberalen Modells lassen sich demgegenüber keine bedeutenden Strukturelemente des polnischen Mediensystems einordnen.

Legt man Mancinis und Hallins Klassifizierungsmodell zugrunde, entpuppt sich Polen als ein europäisches Zwitterwesen, das zwischen dem mediterranen oder polarisiert-pluralistischen und dem nordmitteleuropäischen oder demokratisch-korporatistischen Modells angesiedelt ist. Die zukünftige Entwicklung wird zeigen, ob sich Polens Mediensystem verstärkt in die eine oder andere Richtung entwickeln wird. Wenn nicht, müsste Mancinis und Hallins Klassifizierungsmodell im Kontext einer Einteilung der konsolidierten demokratischen Länder Europas um eine weitere Säule, das mitteleuropäische oder postkommunistisch-reformierte Modell, erweitert werden.

⁴⁵³ Hier zeigt sich: Einflussnahme auf die Medien ist nicht typisch postkommunistisch oder ost- und mitteleuropäisch.

Literatur

Monographien, Aufsätze, Pressebeiträge, Internetpublikationen

ABC (1998): ABC dzienników regionalnych. Beilage zu *press* (8) 1998. ISSN 1425-9818.

Adamczyk, Wojciech (1998a): Politycy i media. *Forum dziennikarzy* (4) vom April 1998. S. 8-9.

Adamczyk, Wojciech (1998b): Ewangelizacja Słowem Pisanym. *Forum dziennikarzy* (7/8) vom Juli/August 1998. S. 4-5.

Adamczyk, Wojciech (1998c): Wielkie Wyzwanie. Rozmowa z Eugeniuszen Smolarem, wiceprezesem Zarządu Polskiego radia SA ds. programowych. *Forum dziennikarzy* (9) vom September 1998. S. 7-9.

Adamowicz, Piotr (2000): Podział czy integracja. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.

Adamowski, Janusz (Hrsg.) (1998): Media i dziennikarstwo na przełomie wieków. Warszawa.

Adamowski, Janusz (1999): Moczarze mediów. *press* (7) vom 15. Juli 1999. S. 18.

Agenda (1997): Agenda 2000. Stellungnahme der Kommission zum Antrag Polens auf Beitritt zur Europäischen Union. Brüssel, 15. Juli 1997. DOC/97/16. URL: europa.eu.int/comm/enlargement/dwn/opinions/poland/po-op-de.pdf, Stand 4. Juli 2002.

Agopsowicz, Monika (1994): Szanse niezależnej prasy lokalnej w Polsce. *Więź* vom Februar 1994. S. 97-101.

A journalist (1996): A journalist must follow guidelines set by his superiours. *Post-Soviet Media Law & Policy Newsletter* (29) vom 30. April 1996. URL: www.vii.org.monroe/issue29/, Stand: 3. Juli 2002.

Anuszewska, Izabella (1999): Polski rynek prasowy w 1999 r. *Forum dziennikarzy* (1-2) vom Januar/Februar 1999. S. 14-16.

Arato, Andrew (1994): The Rise, Decline and Reconstruction of the Concept of Civil Society, and Directions for Future Reserch. In: Bibič, Adolf/Graziano, Gigi (Hrsg.): Civil Society, political society, democracy. Ljubljana. S. 3-16.

Attacking (2001): Attacking Poverty: World Development Report 2000/1. (Herausgegeben von der World Bank). URL: www.worldbank.org/poverty/data.trends.income.htm, Stand: 27. März 2002.

Aumente, Jerome (1990): The press in Poland: Building for the future. *Editor & Publisher* vom 21. Juli 1990. S. 52 u. 36-37.

Aumente, Jerome (1991): The Struggle in Eastern Europe. Growing a Free Press. *Washington Journalism Review* vom April 1991. S. 39-42.

Axt, Heinz-Jürgen (1996): Europäische Union als Katalysator der Modernisierung? Südeuropa und Ostmitteleuropa. In: Clausen, Lars (Hrsg.): Gesellschaften im Umbruch. Verhandlungen des 27. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Halle an der Saale 1995. Frankfurt a. M./New York. S. 687-702.

Baden, Martina (1995): Osteuropa. Eine kleine politische Länderkunde. Bonn

Bachmann, Klaus (1990): Polens Presse wird privatisiert. *die tageszeitung* (Ausgabe Ost) vom 23. Oktober 1990. S. 8.

Bachmann, Klaus (1991a): Polens Presse kommt unter den Hammer. *Die Presse* vom 11. Februar 1991. S. 9.

- Bachmann, Klaus (1991b): Vom Ladenbesitzer zum Medienzar. Unbemerkt von Behörden und Öffentlichkeit kauft ein polnischer Geschäftsmann Polens Presse auf. *die tageszeitung* (Ausgabe Bremen) vom 17. April 1991. S. 20.
- Bachmann, Klaus (1996a): Czy Polska jest naprawdę proeuropejska. *Rzeczpospolita* vom 21. Oktober 1996. S. 4.
- Bachmann, Klaus (1996b): Das Ende vor dem Erscheinen. Zwölf Tageszeitungen liefern sich in Warschau einen harten Kampf. *Berliner Zeitung* vom 8. Oktober 1996.
- Bachmann, Klaus (1996c): Von null auf hundert. Der „Super Express“ ist Polens meistgelesene Zeitung. *Berliner Zeitung* vom 17. April 1996.
- Bachmann, Klaus (1997): Deutschen Verlegern droht Enteignung. *Die Presse* vom 12. September 1997.
- Bachmann, Klaus (1998): Das falsche Signal. Warum private Fernsehveranstalter in Polen lieber aus dem Ausland senden. *Berliner Zeitung* vom 3. Dezember 1998.
- Bachmann, Klaus (2001): Die fetten Jahre sind vorbei. *Frankfurter Rundschau* vom 16. Juni 2001. S. 10.
- Bafoil, François (1995): Systemumbruch in Ostdeutschland und Polen zwischen außengesteuerter Integration und endogener Systemveränderung. In: Wollmann, Hellmut; Helmut Wiesenthal und Frank Bönker (Hrsg.): Transformation sozialistischer Gesellschaften: Am Ende des Anfangs. Opladen. S. 597-608.
- Bajer, Magdalena (1996): Nie trybunał i nie sąd. *Sztandar Młodych* vom 16. Juni 1996.
- Bajka, Zbigniew (1994): Kapital zagraniczny w polskich mediach. *Zeszyty Prasoznawcze* (1-2). S. 5-22.
- Bajka, Zbigniew (1996a): Reklama w mediach. In: Bauer, Zbigniew/Chudziński, Edward (Hrsg.): Dziennikarstwo i Świat mediów. Kraków. S. 277-288.
- Bajka, Zbigniew (1996b): Rynek mediów w Polsce. In: Bauer, Zbigniew/Chudziński, Edward (Hrsg.): Dziennikarstwo i Świat mediów. Kraków. S. 41-54.
- Bajka, Zbigniew (1996c): Kapital zagraniczny w polskiej prasie. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): Transformacja mediów (1989-1995). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXVI. Warszawa. S. 275-279.
- Bajka, Zbigniew (1998): Kapital zagraniczny w polskiej prasie – lata dziewięćdziesiąte. *Zeszyty Prasoznawcze* (1-2). S. 21-35.
- Bajka, Zbigniew (1999a): Ausländisches Kapital in der polnischen Presse. In: Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.): Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996. Berlin. S. 83-100.
- Bajka, Zbigniew (1999b): Prasa codzienna w latach 1989-1999. In: Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań. S. 56-73.
- Bajka, Zbigniew (2000b): Prasa codzienna w Polsce pod koniec lat 90. *Zeszyty Prasoznawcze* (3-4). S. 136-148.
- Bąkowska, Małgorzata (1997): Star Wars. *The Warsaw Voice* vom 19. Januar 1997.
- Bardos, Gordon (2001): Yugoslavia. In: Karatnycky, Adrian/Motyl, Alexander/Schnitzer, Amanda (Hrsg.): Nations in Transit 2001. Civil Society, Democracy, and Markets in East Central Europe and the Newly Independent States. (Herausgegeben vom Freedom House). S. 418-434. URL: www.freedomhouse.org/research/nitransit/2001/pdf_docs.htm, Stand: 16. März 2002.
- Barlik, Ewa/Błaszczak, Anita (1996): Spółki telewizyjne. *Rzeczpospolita* vom 25. Oktober 1996.
- Barta, Janusz (1996): Media a prawo autorskie. In: Bauer, Zbigniew/Chudziński, Edward (Hrsg.): Dziennikarstwo i Świat mediów. Kraków. S. 255-266.

- Barta, Janusz/Markiewicz, Ryszard/Matlak, Andrzej (1997): *Telewizja kablowa i prawo*. Warszawa.
- Bartosze, Roman (1997): *Prasa, radio i telewizja w krajach Unii Europejskiej*. Kraków.
- Bastylia* (1990): *Bastylia padła. Sejm zlikwidował RSW. Rzeczpospolita* vom 23. März 1990. S. 1 u. 3.
- Bauer, Zbigniew/Chudziński, Edward (1996): *Dziennikarstwo i Świat mediów*. Kraków.
- Baumann, Zygmunt (1993): *Auf der Suche nach der postkommunistischen Gesellschaft. Das Beispiel Polen. Soziale Welt* (2). S. 157-176.
- Becker, Jörg (1993): *Die Lateinamerikanisierung der osteuropäischen Öffentlichkeit nach 1989. Das Argument* (5). S. 707-715.
- Beckherrn, Eberhard (1991): *Tal der Wende. Wohin steuert Osteuropa*. München.
- Będkowski, Leszek (1990): *Młot na strukturę. RSW doczekała się likwidatora. Przegląd Tygodniowy* vom 1. April 1990. S. 1 u. 10.
- Bękowska, Małgorzata (1997): *TVP Gets Rhythm. The Warsaw Voice* vom 6. April 1997.
- Bereś, Witold (1994): „Prasa nigdy nie jest czwartą władzą.“ (Interview mit Prof. Walery Pisarek). *Tygodnik Powszechny* vom 23. Januar 1994.
- Bernat, Agata (1996): *Róbcie radio, to dobry interes. Życie Gospodarcze* (2) vom 12. Januar 1996. S. 40-41.
- Beyme, Klaus von (1994a): *Transformationstheorie – neuer interdisziplinärer Forschungszeitung? Geschichte und Gesellschaft* (1). S. 99-118.
- Beyme, Klaus von (1994b): *Systemwechsel in Osteuropa*. Frankfurt a.M.
- Beyme, Klaus von (1994c): *The Last Ideology of the Old Intelligentsia: Civil Society*. In: Bibič, Adolf/Graziano, Gigi (Hrsg.): *Civil Society, political society, democracy*. Ljubljana. S. 95-109.
- Beyme, Klaus von (2000): *Zivilgesellschaft – Karriere und Leistung eines Modebegriffs*. In: Hildermeier, Manfred/Kocka, Jürgen/Conrad, Christoph (Hrsg.): *Europäische Zivilgesellschaft in Ost und West. Begriff, Geschichte, Chancen*. Frankfurt/New York. S. 41-56.
- Bibič, Adolf/Graziano, Gigi (Hrsg.) (1994): *Civil Society, political society, democracy*. Ljubljana.
- Biegluk, Marcin (1996): *Po dwóch latach od rozdania koncesji mamy najlepszą radiofonie na wschód od Łaby. Życie Warszawy* vom 27. Mai 1996. S. 6.
- Bielecki, Jędrzej (1997): *Unia chce pewnego otwarcia. Rzeczpospolita* vom 24. September 1997.
- Bielecki, Jędrzej (1998a): *Telewizje czeka wolność. Rzeczpospolita* vom 8. Mai 1998.
- Bielecki, Jędrzej (1998b): *Wolna telewizja za 2,5 roku. Rzeczpospolita* vom 9. Mai 1998.
- Bielecki, Zdzisław (1993): *Kontrowersje wokół projektów ustaw o radiofonii i telewizji (1990-1991)*. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): *Kontrowersje wokół transformacji prasy polskiej (1989-1992). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXIII*. Warszawa. S. 58-73
- Bierzyński, Jakub (2001): *Witamy w ciężkich czasach. Rzeczpospolita* vom 31. Juli 2001.
- Bigler, Edward (1990): *Taka sobie „spółdzielnia“*. *Tygodnik Demokratyczny* vom 11. März 1990. S. 7.

- Bikont, Anna (1990a): Howzan walczy o „Życie“. *Gazeta Wyborcza* vom 1. April 1990.
- Bikont, Anna (1990b): Kalumnia. *Gazeta Wyborcza* vom 18. Oktober 1990.
- Bikont, Anna (1990c): Likwidacja w białych rękawiczkach. *Gazeta Wyborcza* vom 10. April 1990.
- Bikont, Anna (1990d): Likwidator. *Gazeta Wyborcza* vom 1.-2. September 1990.
- Bikont, Anna (1990e): Pomysł na „Życie“. *Gazeta Wyborcza* vom 5. Juni 1990.
- Bikont, Anna (1990f): Prasa przed krachem. *Gazeta Wyborcza* vom 9.-10. Juni 1990.
- Bikont, Anna (1990g): Prasowa puszką pandory. *Gazeta Wyborcza* vom 24. August 1990.
- Bikont, Anna (1990h): Przetarg przedarty skoczem. *Gazeta Wyborcza* vom 25.-26. August 1990.
- Bikont, Anna (1990i): Setka nowych naczelných. *Gazeta Wyborcza* vom 25.-26. August 1990.
- Bikont, Anna (1990j): Śmierć nieboszczyka. Cenzura. *Gazeta Wyborcza* vom 11. April 1990.
- Bikont, Anna (1991): Kto kupi „ŻycieWarszawy“. *Gazeta Wyborcza* vom 11. Januar 1991.
- Bilik, Andrzej (1996): Jak nie powstał dziennik „24 Godziny“. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): Transformacja mediów (1989-1995). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXVI. Warszawa. S. 251-252.
- Bingen, Dieter (1991): Innenpolitik. In: Wöhlke, Wilhelm (Hrsg.): Länderbericht Polen. Band 296 der Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn. S. 176-216.
- Bingen, Dieter (1998): Die Republik Polen: Eine kleine politische Landeskunde. Landsberg am Lech.
- Bingen, Dieter (1999): Die Republik Polen: Eine kleine politische Landeskunde. München. 2. aktualisierte Auflage.
- Bingen, Dieter (2001a): Tausend Jahre wechselvoller Geschichte. In: *Informationen zur Politischen Bildung: Polen* (273), 4. Quartal 2001. S. 3-14.
- Bingen, Dieter (2001b): Ausgestaltung der Demokratie. In: *Informationen zur Politischen Bildung: Polen* (273), 4. Quartal 2001. 15-24.
- Bischof, Henrik (1991): Der Präsident lehnt ein „übertriebenes Pochen auf Demokratie“ ab. Polens schwieriger Weg/Eine Bestandsaufnahme von den ersten freien Parlamentswahlen. *Frankfurter Rundschau* vom 26. Oktober 1991. S. 14.
- Błaszczak, Anita (2000a): Telewizja to dopiero początek. *Rzeczpospolita* vom 17. März 2000.
- Błaszczak, Anita (2000b): W grupie różnie. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Błaszczak, Anita (2000c): Pod skrzydła dużych grup. *Rzeczpospolita* vom 18. September 2000.
- Błaszczak, Anita (2001a): Strata programów, reklam i pracy. *Rzeczpospolita* vom 18. April 2001.
- Błaszczak, Anita (2001b): Na kryzys najlepszy rozwój. *Rzeczpospolita* vom 11. September 2001.
- Błaszczak, Anita (2002a): Bilans dobry, ale nie pod kontrolą. *Rzeczpospolita* vom 19. Juni 2002.
- Błaszczak, Anita (2002b): Nie ma ciemnych chmór. *Rzeczpospolita* vom 31. Mai 2002.
- Błaszczak, Anita/Zalewska, Luiza (2002a): Obawy o bankructwa, nadzieje na przejęcia. *Rzeczpospolita* vom 24. Januar 2002.

- Błaszczak, Anita/Zalewska, Luiza (2002b): Trudne czasy dla telewizji. *Rzeczpospolita* vom 7. Januar 2002.
- Bogucka, Teresa (1993): The politicians sing along. *Index of Censorship* (1). S. 13.
- Borkowska, Anna (1999): Polnische Journalisten und journalistische Organisationen. In: Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin. S. 271-280.
- Borzym, Agata (1996): Oprah-ratic. *The Warsaw Voice* vom 28. April 1996.
- Brahme Heinz (1993): Die neue Parteienlandschaft in Osteuropa. *Berichte des Bundesinstituts für ostwissenschaftliche und internationale Studien*. Köln.
- Bratkowska, Marta (1998): Nadawco, broń się. *Gazeta Wyborcza* vom 8. August 1998.
- Bratkowska, Marta (1999): Cyfrowa rewolucja. *Gazeta Wyborcza* vom 4. Januar 1999.
- Braun, Juliusz (1999): Potrzeba nowego prawa. In: *Media w Polsce w XX Wiek. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku*. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań. S. 212-215.
- Broadcasting* (1994): Broadcasting Council Concludes Hearings. (Englischer Nachdruck einer Meldung aus der *Gazeta Wyborcza* vom 15.-18. Januar 1994).
URL: www.securities.hu/Public/95mar/dpsample/pnb/94/nws940118.html, Stand: 3. Dezember 1997.
- Broadcasting* (1996): Broadcasting Council says regional stations can merge. *Media & Marketing Poland* (2) vom 2. September 1996.
URL: www.media.com.pl/archive/issues002/television.html, Stand: 4. November 1997.
- Broń* (1994): Broń wolnych mediów. *Media Polska*, April 1994. S. 5.
- Brössler, Daniel (1998a): Deutscher Verleger treibt polnische Politiker auf die Barrikaden. *dpa*-Meldung vom 11. August 1998.
- Brössler, Daniel (1998b): Deutscher Verleger kauft polnische Zeitung – Politikerproteste. *dpa*-Meldung vom 11. August 1998.
- Bruner, Richard W. (1990): Murdoch storming Hungary. Media mogul plans new titles after success with two papers. *Advertising Age* (20) vom 14. Mai 1990. S. 37 u. 41.
- Brzezińska, Alicja (1996): Krok do przodu, dwa do tyłu. Prawo prasowe – Ustawa o wolności prasy: Luki i ograniczenia. *Nowa Europa* vom 5. Juli 1996.
- Bubnicki, Rafał (2000): Spory wybór. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Budzyński, Adam (1996): W poszukiwaniu zasad. *Wiadomości Kulturalne* (40) vom 6. Oktober 1996. S. 6.
- Bujko, Mirosław M. (1999): 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. S. 117-128.
- Byrt, Andrzej (2001): Weg in die Europäische Union. In: *Informationen zur Politischen Bildung: Polen* (273), 4. Quartal 2001. S. 54-56.
- Cabinet* (1998): Cabinet requests help of private TV stations. *Post-Soviet Media Law & Policy Newsletter* (47) vom 15. Juni 1998. URL: www.vii.org.monroe/issue47/europe.html, Stand: 2. Juli 2002.
- Canal+* (1998): Canal + i Wizja – osobno. *SAT-Poland: News* vom 2. Juni 1998. URL: www.sat-net.com/listserver/sat-poland/msg00106.html, Stand: 6. August 2002.

- CanalPlus* (2000): Canal Plus bez Polsatu, Polsat bez TVP. *Rzeczpospolita* vom 24. März 2000.
- Candidate* (2002): Candidate Countries Eurobarometer 2001. (Herausgegeben von der Europäischen Kommission). o. O.
- Carlsson, Ulla/Harrie, Eva (2001): Media Trends 2001 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. Statistics and Analyses. Nordicom, Göteborg University.
- Casimir, Fred L. (1995): Complexities of Change: Other Eastern European Examples. In: Casimir, Fred L. (Hrsg.): Communication in Eastern Europe: the role of history, culture, and media in contemporary conflicts. Mahwah, N. J. S. 163-166.
- Celinska-Bejgier, Danuta (1996): Polish television. *Baltic Bulletin* (3). URL: www.yle.fi/fbc/baltic/polandtv.html, Stand: 4. April 1996.
- Central* (1998): Central European Media Enterprises Ltd. Announces Results for 1997's Fourth Quarter and Year-End. *PR Newswire* vom 30. März 1998. URL: www.newsaltert.com/free/story?StoryId=Cnr8MobWbsfnmdqZ&FQ=c%25CETV%20, Stand: 14. November 1998.
- Cenzura* (1990): Cenzura w kilku odsłonach. *Niedziela* vom 18. Februar 1990.
- Chichio, Tess (1990): A call for help. Head of the Polish Journalists Association asks American media to assist the emerging free press in Poland. *Editor & Publisher* vom 20. Januar 1990. S. 9-10.
- Chorążki, Włodzimierz (1997): Kieszonkowe koncerty. *Rzeczpospolita* vom 10. Januar 1997.
- Chorążki, Włodzimierz (1999): Polskie media lokalne i sublokalne 1989-1999. *Zeszyty Prasoznawcze* (1-2). S. 59-82.
- Ciborska, Elżbieta (1992): Transformacja prasy byłej PZPR. *Zeszyty Prasoznawcze* (1-2). S. 88-100.
- Ciborska, Elżbieta (1996): Kapitał zagraniczny w prasie postpezetperowskiej. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): Transformacja mediów (1989-1995). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXVI. Warszawa. S. 280-294.
- Ciszewska, Barbara (2000): Kłótnia w rodzinie. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Ciszewska, Magdalena (1999): Wolność prasy w Polsce. Z najnowszego raportu Departamentu Stanu USA o przestrzeganiu praw człowieka na świecie w 1998 roku. *press* (3) vom 15. März 1999. S. 39.
- Ciszewska, Magdalena (2000): Wolność mediów w Polsce. Z najnowszego raportu Departamentu Stanu USA o przestrzeganiu praw człowieka na świecie w 1999 roku. *press* (3) vom 15. März 2000. S. 42.
- CME* (1997): CME and ITI's TVN acquires total ownership of TV WISLA. *Presswire* vom 3. November 1997. URL: www.newsaltert.com/free/story?Story...&FQ=ITI&Title&Headlines%20for%3A%20ITI%0A, Stand: 1. Dezember 1997.
- Coman, Mihai (2000): Developments in Journalism Theory About Media „Transition“ in Central and Eastern Europe 1990-99. *Journalism Studies* (1). S. 35-56.
- Country* (1996): 1996 Country Reports. Central and Eastern Europe. *Media Law & Policy Newsletter* (36). URL: www.ctr.columbia.edu/vii/monroe/poland.html, Stand: 2. Januar 1998.
- Croitoru, Joseph (1997): Maulkorb für Große, Leinenzwang für Kleine. Als Quelle nur bedingt tauglich: Die Presse Ostmitteleuropas zwischen Kommunismus und Freiheit. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 12. März 1997. S. 40.
- Curran, James (1991): Rethinking the media as a public sphere. In: Dahlgreen, Peter/ Sparks, Colin (Hrsg.): Communication and citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age. London/New York. S. 27-57.

- Curry, Jane/Fajfer, Luba (1996) (Hrsg.): *Poland's permanent revolution: people vs. elites. 1956 to the present.* Washington.
- Curry, Jane/Olędzki, Jerzy (1997): *The Polish Journalism Profession Views Itself in Transition.* In: Mühle, Eduard (Hrsg.): *Vom Instrument der Partei zur „Vierten Gewalt“: die osteuropäische Presse als zeithistorische Quelle.* Marburg. S. 169-180.
- Czachór, Zbigniew (1995): *Polen.* In: Weidenfeld, Werner (Hrsg.) (1995): *Mittel- und Osteuropa auf dem Weg in die Europäische Union. Bericht zum Stand der Intergrationsfähigkeit.* Bertelsmann Stiftung. Gütersloh. S. 117-140.
- Czaczkowska, Ewa K. (2001): *Radio Plus będzie grać.* *Rzeczpospolita* vom 31. Oktober 2001.
- Czaczkowska, Ewa K. (2002): *Polityczna rodzina Maryji.* *Rzeczpospolita* vom 22. Januar 2002.
- Czas* (2000): *Czas wolnej telewizji.* *The Warsaw Voice – Media Voice* (1) vom März/April 2000. URL: www.warsawvoice.pl/v595/Media02.htm, Stand: 15. Juli 2002.
- Czerwińska, Iwona A. (2001): *Is the Polish Press Free?* *The Warsaw Voice* vom 15. April 2001.
- Czuchnowski, Wojciech (1994): *Gazety zostały sprzedane.* *Czas Krakowski* vom 21. September 1994. S. 1 u. 4.
- Czwórka* (2000): *Czwórka z porozumienia. TV 4 ma przyjąć widza bogatego i wykształconego.* *press* (3) vom 15. März 2000. S. 15.
- Czy* (1990): *Czy ludzie to kupią? Likwidatorzy RSW o polskiej prasie.* *Gazeta Olsztyńska* vom 9. April 1990.
- Dahl, Robert (1971): *Polyarchy. Participation and Opposition.* New Haven/London.
- Dahrendorf, Ralf (1990): *Betrachtungen über die Revolution in Europa in einem Brief, der an einen Herrn in Warschau gerichtet ist.* Stuttgart.
- Dauderstädt, Michael/Gerrits, André W. M. (2000): *Democratisation after Communism: Progress, Problems, Promotion.* *Internationale Politik und Gesellschaft Online/International Politics and Society* (4). URL: ora.e.fes.de:8081/fes/docs/IPG4_2000/daudiopti2.htm, Stand: 4. März 2002.
- Davies, Norman (1999): *Im Herzen Europas. Geschichte Polens.* München.
- Debate* (1994): *Debate Rages In Poland Over Broadcast Licenses.* *CFJ Clearinghouse on Central & East European Press* (13), März 1994. S. 188.
- Dennis, Everette E./Heuvel, Jon Vanden (Hrsg.) (1990): *Emerging Voices: East European Media in Transition. A Report of the Gannett Foundation Task Force on Press Freedom in Eastern Europe.* New York City.
- Den Zensor* (2000): *Den Zensor auf frischer Tat etappt. OSZE-Medienbeauftragter Freimut Duve über Pressefreiheit in Europa.* *Frankfurter Rundschau* vom 6. Januar 2000. S. 11.
- Dietrich, Stefan (1990): *Eiszeit für Dinosaurier. Das Ende des Pressemonopols in Polen.* *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 22. März 1990. S. 33.
- Deppe, Rainer/Tatur, Melanie (1996): *Intermediäre Konfigurationen – Transformationspolitiken und Gewerkschaften in Polen und Ungarn.* In: Clausen, Lars (Hrsg.): *Gesellschaften im Umbruch. Verhandlungen des 27. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Halle an der Saale 1995.* Frankfurt a. M./New York. 648- 660.
- Digital* (1999): *Digital TV conflict has international aspect, official says.* *Post Soviet Media Law & Policy Newsletter* (55) vom 1. Mai 1999. URL: www.vii.org/monroe/issue55/poland.htm, Stand 2. Juli 2002.

- Długosch, Alfons (1975): Die Presse der Volksrepublik Polen. Eine Untersuchung des Verhältnisses zwischen Presse und öffentlicher Meinung in einem kommunistischen Land. Münster.
- Dobek-Ostrowska, Bogusława (1997a): Przemiana systemu medialnego w Polsce po 1989 roku. In: Dobek-Ostrowska, Bogusława (Hrsg.): Współczesne systemy komunikowania. Wrocław. S. 78-90.
- Dobek-Ostrowska, Bogusława (1997b): Transformacja systemów medialnych. In: Dobek-Ostrowska, Bogusława (Hrsg.): Współczesne systemy komunikowania. Wrocław. S. 62-77.
- Dobosz, Izabela (1996): Prawo prasowe. In: Bauer, Zbigniew/ Chudziński, Edward (Hrsg.): Dziennikarstwo i Świat mediów. Kraków. S. 247-254.
- Dobosz, Izabela (1999): Polnisches Presserecht. In: Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.): Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996. Berlin. S. 71-82.
- Dobrowolska, Danuta (1996): Nicolo Grauso w polskich mediach. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): Transformacja mediów (1989-1995). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXVI. Warszawa. S. 309-315.
- Domagalski, Marek (1996): Czytelnicy ich nie pomyłają. „ŻycieWarszawy” kontra „Życie“. *Rzeczpospolita* vom 20. November 1996. S. 1 u. 13.
- Downing, John D. H. (1996): Internationalizing Media Theory. Transition, Power, Culture. Reflections on Media in Russia, Poland and Hungary 1980-95. London, Thousand Oaks, Ca., New Delhi.
- Drei* (1994): Drei Privatsender strahlen in ganz Polen ihr Programm aus. *dpa-informationen* (8) vom 24. Februar 1994. S. 18.
- Druwe, Ulrich (1992): Osteuropa im Wandel – Szenarien einer ungewissen Zukunft. Weinheim/Basel.
- Drygalski, Jerzy (1990): Prasa w nieładzie. *Gazeta Wyborcza* vom 26. Oktober 1990. S. 11.
- Drzycimski, Andrzej (1993): Biuro Prasowe Prezydenta RP Lecha Wałęsy. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): Kontrowersje wokół transformacji prasy polskiej (1989-1992). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXIII. Warszawa. S. 116-122.
- Dubaniowski, Waldemar (2001a): Perspektywy rozwoju rynku medialnego w Polsce. *KRRiT Biuletyn* 4/2001 (53). S. 1. URL: www.krrit.gov.pl/stronykrrit/biuletyn.numer53/m2001-prasa.htm, Stand: 16. Juni 2002.
- Dubaniowski, Waldemar (2001b): Rynek medialny w Polsce. *KRRiT Biuletyn* 11-12/2001 (60/61). URL: www.krrit.gov.pl/stronykrrit/biuletyn.numer6061/index.htm, Stand: 16. Juni 2002.
- Dubaniowski, Waldemar (2002): Rynek medialny w Polsce. *KRRiT Biuletyn* 5-6/2001 (66/67). URL: www.krrit.gov.pl/stronykrrit/biuletyn.numer6667/dub.htm, Stand: 16. Juni 2002.
- Dubiel, Helmut (1993): Reflexive Modernisierung, Zivilgesellschaft und die Transformation Mittelosteuropas. In: Schäfers, Bernhard (Hrsg.): Lebensverhältnisse und soziale Konflikte im neuen Europa. Verhandlungen des 26. Deutschen Soziologentages in Düsseldorf 1992. Frankfurt a. M. /New York. S. 166-173.
- Dudkiewicz, Magdalena/Dudkiewicz, Marek (1999): Reklama prasowa po 1989 roku. In: Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań. S. 231-238.
- Dunin-Wasowicz, Maria (1991): The comedy of the Polish press. *Editor & Publisher* (35) vom 31. August 1991. S. 44 u. 37.
- Durik, Janusz (2001): Poland. In: Karatnycki, Adrian/Motyl, Alexander/Schnetzer, Amanda (Hrsg.): Nations in Transit 2001. Civil Society, Democracy, and Markets in East Central Europe and the Newly Independent States.

- (Herausgegeben vom Freedom House). S. 284-297. URL: www.freedomhouse.org/research/nitransit/2001/pdf/docs.htm, Stand: 28. März 2002.
- Dwa* (1996): Dwa „Życia” w jednym sądzie. *Życie* vom 20. November 1996.
- Dworak, Jan (1996): Telewizja w drodze. *Rzeczpospolita* vom 19. April 1996.
- Dzienniki* (1999): Dzienniki i ich wyniki. Zmiany w dziennikach regionalnych w ostatnim roku. *press* (8) vom 15. August 1999. S. 56-65.
- Dziki, Sylwester (1996): Media lokalne i regionalne. In: Bauer, Zbigniew u. Edward Chudziński: *Dziennikarstwo i Świat mediów*. Kraków. S. 77-92.
- Ekiert, Grzegorz (1993): Procesy demokratyzacji Środkowo-wschodniej – Rozważania teoretyczne. *Studia Polityczne* (1-4). S. 87-111.
- Ekiert, Grzegorz (1999): Do Legacies Matter? Patterns of Postcommunist Transitions in Eastern Europe. *East European Studies* (Occasional Paper) (53) vom Mai 1999. URL: wwics.si.edu/ees/papers/1999/53eki_p/53eki_p.htm, Stand: 2. März 2002.
- EMR-Dialog* (1994): EMR-Dialog: Osteuropa zwischen Deregulierung und neuer Ordnung. Möglichkeiten der Einbeziehung Osteuropas in die europäische Medienordnung. Schriftenreihe des Instituts für Europäisches Medienrecht. München.
- English, John (1992): Polish press explosion stops short of television. *IPI Report* (9) vom September 1992. S. 16-18.
- Eurich, Claus (1980): Kommunikative Partizipation und partizipative Kommunikationsforschung. Frankfurt a. M.
- European* (2002): European Leaders Alerted to Polish Press Freedom Threat. *ENPA Online: Latest News* vom 19. November 2002. URL: www.enpa.be/new.ganz.asp?AUGID=AAA00369&SP=EN&Limit=5, Stand: 1. Dezember 2002.
- Ex-Wahlhelfer* (1998): Ex-Wahlhelfer Kwasniewskis zum Fernsehchef in Polen gewählt. *dpa*-Meldung vom 26. Juni 1998.
- Falkowski, Janusz (1996a): Battling for Access to the Living Room. *The Warsaw Voice* vom 12. Mai 1996.
- Falkowski, Janusz (1996b): Ideas Into Images – For Profit? *The Warsaw Voice* vom 9. Juni 1996.
- Fedorowicz, Hania M./Bruck, Peter A. (1989): Medien im Widerstand. Polens zivile Gesellschaft im Informationskampf. *Medien Journal* (1). S. 23-32.
- Fedorowicz, Hanna (2001): Najpierw zgoda, potem fuzja. *Rzeczpospolita* vom 29. August 2001.
- Fehr, Helmut (1991): Solidarność und die Bürgerkomitees im neuen politischen Kräftefeld Polens. In: Deppe, Rainer/Dubiel, Helmut/Rödel, Ulrich (Hrsg.): *Demokratischer Umbruch in Osteuropa*. Frankfurt a. M. S. 256-280.
- Fehr, Helmut (1992): Mobilisierungsprozesse und neue politische Konfliktlinien in Polen. In: Meyer, Hansgünter (Hrsg.): *Soziologie in Deutschland und die Transformationen großer gesellschaftlicher Systeme*. Berlin.
- Fehr, Helmut (1998): Von der „Solidarität“ zum Kampf um die Macht. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Beilage zur Wochenzeitung *Das Parlament* (B 8/98) vom 13. Februar 1998. S. 10-20.
- Fikus, Dariusz (1994): Spust surówki. *Rzeczpospolita* vom 14. Mai 1994.
- Filas, Agnieszka (2001): Oczy na Pulsie. *Wprost* vom 18. März 2001.

- Filas, Ryszard (1992): Zmiany poczytności gazet i czasopism o zasięgu ogólnopolskim (1989-1992). *Zeszyty Prasoznawcze* (1-2). S. 55-74.
- Filas, Ryszard (1994): Pięć lat przemian mediów masowych w Polsce: bilans wstępny. *Zeszyty Prasoznawcze* (1-2). S. 57-66.
- Filas, Ryszard (1996): Aktywność kulturalna i medialna Polaków (1978-1995). *Zeszyty Prasoznawcze* (3-4). S. 12-37.
- Filas, Ryszard (1997): Kto w Polsce czyta prasę, jaką i czego w niej szuka. Z doświadczeń lat dziewięćdziesiątych. *Zeszyty Prasoznawcze* (3-4). S. 26-46.
- Filas, Ryszard (1999a): Zeit des Wandels in den Medien. Die Presse-, Hörfunk- und Fernsehnutzung in den Jahren 1989 bis 1996. In: Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin. S. 213-234.
- Filas, Ryszard (1999b): Dziesięć lat przemian mediów masowych w Polsce (1989-1999). *Zeszyty Prasoznawcze* (1-2), S. 31-58.
- Filas, Ryszard (2000): Kapitał zagraniczny w polskich mediach audiowizualnych. *Zeszyty Prasoznawcze* (3-4). S. 82-98.
- Filipowicz, Aleksandra (1998a): Uproar Greets New TV Head. *The Warsaw Voice* vom 5. Juli 1998.
- Filipowicz, Aleksandra (1998b): New Gloss Wearing Off. *The Warsaw Voice* vom 20. September 1998.
- Filipowicz, Aleksandra (1998c): TVN Suspended. *The Warsaw Voice* vom 10. Oktober 1998.
- Fitzgerald, Mark (1990): Freedom fighters want their own media monopoly. *Editor & Publisher* vom 1. Dezember 1990. S. 22.
- Fitzgerald, Mark (1990): New reckoning for Eastern Europe's free press. *Editor & Publisher* vom 28. April 1990. S. 18.
- Fitzgerald, Mark (1991): Walesa and the Polish press: journalist say new government no threat to press freedom. *Editor & Publisher* vom 22. Juni 1991. S. 18.
- Fiut, Ignacy S. (2000): Pisma społeczno-kulturalne w latach 1989-2000. *Zeszyty Prasoznawcze* (3-4). S. 64-81.
- Former (1996): Former public TV chairman dears political interference in programming. *Post Soviet Media Law & Policy Newsletter* (32) vom 5. September 1996. URL: www.vii.org.monroe.issue32/europe.html#p, Stand 12. Februar 1998.
- Fredo-Boniecki, Tadeusz (1998): Radio, jakie jest, każdy słyszy. *Forum dziennikarzy* (3) vom März 1998. S. 8-10.
- Freedom (1995): Freedom of Information Roundup. *Clearinghouse on Central & East European Press* (17) vom Januar 1995. S. 250.
- Freulich, Piotr (1999): Akcja Agory. „Gazeta Wyborcza“ wchodzi na giełdę. *press* (2) vom 15. Februar 1999. S. 26-29.
- Frey, Danuta (1998a): Zwolnieni dyrektorzy zgłaszają się do pracy. *Rzeczpospolita* vom 8. Januar 1998.
- Frey, Danuta (1998b): Kanal nr 35 dla telewizji publicznej. *Rzeczpospolita* vom 29. Januar 1998.
- Frey, Danuta (1998c): Sąd uchylił koncesje dla Naszej Telewizji i TVN. *Rzeczpospolita* vom 27. Mai 1998.
- Frey, Danuta (2001a): Polsat bez telewizji publicznej. *Rzeczpospolita* vom 13. Dezember 2001.
- Frey, Danuta (2001b): Koncesja nadal ważna. *Rzeczpospolita* vom 14. November 2001.

- Frydrykiewicz, Filip (1996): Unia Wolności oskarża: koalicja knebluje wolne media. *Rzeczpospolita* vom 29. August 1996.
- Frydrykiewicz, Filip/Modrzejewska, Beata (1998): Informacje. *Rzeczpospolita* vom 23. Mai 1998.
- Gajdzińska, Iwona (1996): Telewizja inna niż wszystkie. *Głos Wielkopolski* vom 29. Oktober 1996.
- Gajdziński, Piotr (1996): Pod prasą. (Ranking Wydawnictw Prasowych w Polsce). *Home & Market* (13). S. 30- 46.
- Garsztecki, Stefan (1997): Korrektive zu den zentralgelenkten Medien sozialistischer Gesellschaften: Das polnische Beispiel. In: Mühle, Eduard (Hrsg.): Vom Instrument der Partei zur „Vierten Gewalt“: die osteuropäische Presse als zeithistorische Quelle. Marburg. S. 47-62.
- Gati, Charles (1996): The Mirage of Democracy. *Transition* vom 22. März 1996. S. 6-12 u. 62.
- Gayet, Jean-Claude (1994): Die polnische Presse nach ihrer Umstellung auf die Marktwirtschaft am Beispiel der Gazeta Wyborcza. *zeitungstechnik* vom Oktober 1994. S. 24-34.
- Gebel, Malgoscha (1993): Wo Minister mit den Redakteuren auch die Nachrichten kaufen. *Süddeutsche Zeitung* vom 24. September 1994.
- Genov, Nikolai (1991): The transition to democracy in Eastern Europe: trends and paradoxes of social rationalization. *International Social Science Journal* (128). S. 315-330.
- Geremek, Bronisław (1999): Rolle Polens beim Sturz des Kommunismus in Europa. Ansprache von Prof. Bronisław Geremek, Außenminister der Republik Polen. In: Sächsische Staatskanzlei (Hrsg.): Über die demokratische Revolution in Europa 1989. Bronisław Geremek und Kurt Biedenkopf auf dem Hannah-Arendt-Forum in Dresden am 5. Juli 1999. Dresden. S. 3-12.
- Gerlich, Peter/Plasser, Fritz/Ullrich, Peter A. (Hrsg.) (1992): Regimewechsel: Demokratisierung und politische Kultur in Ost-und Mitteleuropa. Wien.
- Gersh, Debra (1990): U. S. government sponsors fund for East European media. *Editor & Publisher* vom 15. September 1990. S. 17.
- Gersh, Debra (1991): The press in Eastern und Central Europe. *Editor & Publisher* vom 7. September 1991. S. 30-31 u. 35.
- Gierula, Marian/Jachimowski, Marek (1998): Stosunek społeczeństwa do kapitału zagranicznego w mediach. Przykład Śląska. *Zeszyty Prasoznawcze* (1-2). S. 78-92.
- Gierula, Marian/Jachimowski, Marek (1999): Veränderungen in den lokalen Medien und im Lokaljournalismus nach 1989. In: Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.): Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996. Berlin. S. 199-212.
- Giorgi, Liana (1995): Post-Socialist Media: What Power the West? The Changing Landscape in Poland, Hungary and Czech Republic. Avebury.
- Gizinski, Jarosław/Janecki, Stanisław (1994): Gómowe prawo. Rozmowa z Eugeniuszem Smolaren, dyrektorem Sekcji Polskiej BBC. *Wprost* vom 2. Oktober 1994. S. 13-14.
- Glaeßner, Gert-Joachim (1994): Demokratie nach dem Ende des Kommunismus. Regimewechsel, Transition und Demokratisierung im Postkommunismus. Opladen.
- Gluz, Renata (1998): Nadal numer 1. Franz Xaver Hirtreiter nie będzie mógł sam odwoływać redaktorów naczelných gazet należących do Passauer Neue Presse. *press* (12) vom 15. Dezember 1998. S. 12.
- Gluz, Renata (1999a): Prowizorium prasowe. *press* (8) vom 15. August 1998. S. 38-41.

- Gluz, Renata (1999b): Rozprowadzacz. Rozmowa z Zygmuntem Solarzem-Zak, prezesem Rady Nadzorczej Polsatu. *press* (8) vom 15. August 1998. S. 44-46.
- Gluz, Renata (1999c): Misja publiczna. Nasza widownia nie lubi sensacji i obrazów zbrodni – tak w redakcji „Wiadomości“ tłumaczą różnicę między nimi a konkurencją. *press* (3) vom 15. März 1999. S. 30-34.
- Gluz, Renata (2000): Ludyki Głos Kościoła. W redakcji warszawskiego Radia Plus leżą 300 podań o pracę. O wyznaniu nikt tu nie pyta. *press* (3) vom 15. März 2000. S. 34-38.
- Głowacka, Anna (1999): Grawitacja. Czy na przełomie roku skończy się marazm w RTL 7. *press* (10) vom 15. Oktober 1999. S. 40-41.
- Głowacka, Anna (2000a): Magazynierzy. *press* (5) vom 15. Mai 2000. S. 66-75.
- Głowacka, Anna (2000b): Amerykanie znowu u Waltera. *press* (4) vom 15. April 2000. S. 24.
- Głowacka, Anna (2000c): Nie tylko fama. *press* (4) vom 15. April 2000. S. 54-56.
- Goban-Klas, Tomasz (1990): Making Media Policy in Poland. *Journal of Communication* (1). S. 50-54.
- Goban-Klas (1994a): The Orchestriation of the Media. Politics of Mass Communication in Communist Poland and the Aftermath. Boulder/Oxford.
- Goban-Klas, Tomasz (1994b): Zdrowa ciekawość. *Polityka* vom 12. Februar 1994.
- Goban-Klas (1995): Pięć lat bez kagańca. Zdecydowana większość Polaków chce traktować dziennikarzy jako swoje oczy i uszy. *Wprost* vom 9. April 1995.
- Goban-Klas, Tomasz (1996a): Czyja jest „nasza“ telewizja publiczna? Kierownictwo TVP wciąż dobiera się według klucza partyjnego. *Życie Warszawy* vom 21. Mai 1996.
- Goban-Klas, Tomasz (1996b): Politics versus the Media in Poland: A Game without Rules. *The journal of communist studies and transition politics* (4). S. 24-41.
- Goban-Klas, Tomasz (1997): Stalinism and the Press. Soviet Patters and Polish Variations. In: Mühle, Eduard (Hrsg.): Vom Instrument der Partei zur „Vierten Gewalt“: die osteuropäische Presse als zeithistorische Quelle. Marburg. S. 13-24.
- Goban-Klas, Tomasz (1999): Der Zick-Zack-Kurs der Medienpolitik. In: Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.): Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996. Berlin. S. 57-70.
- Godzic, Wiesław (1996): Telewizja: zmiana jałowa czy pieszczota dla oczu? In: Bauer, Zbigniew/Chudziński, Edward (Hrsg.): Dziennikarstwo i Świat mediów. Kraków. S. 55-64.
- Gorajewska-Miecień, Elżbieta (1996): Czytelność prasy nach początku 1995 roku. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): Transformacja mediów (1989-1995). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXVI. Warszawa. S. 95-100.
- Gorąca (1999): Gorąca jesień w TVP. Pracownicy telewizji publicznej jeszcze nie wierzą, że reforma, która może zaważyć na ich zawodowym losie, właśnie się zaczyna. *press* (8) vom 15. August 1998. S. 12.
- Gotkowski, Piotr (1997): A Time of Growth. *The Warsaw Voice* vom 9. Februar 1997.
- Górzyńska, Teresa (1994): Prawo do informacji a konstytucja. *Rzeczpospolita* vom 18. Juli 1994.
- Grabowska, Alina (1994): Brońmy mass mediów! *Życie Warszawy* vom 6. Mai 1996. S. III.

- Grabowska, Mirosława/Mocka, Stanisława (1997): Pierwsza Sześciolatka 1989-1995. Próba bilansu polityki. Warszawa.
- Graczyk, Roman (1989): Kto się boi wolnego słowa? *Tygodnik Powszechny* vom 9. April 1989.
- Greiffenhagen, Martin/ Greiffenhagen, Sylvia (1999): Deutschland und die Zivilgesellschaft. Auf dem Wege zur Zivilgesellschaft. 50 Jahre Bundesrepublik. Heft 3/1999. Herausgegeben von der Landeszentrale der politischen Bildung Baden-Württemberg. S. 148-152.
- Grilli di Cortona, Pietro (1991): From communism to democracy: rethinking regime change in Hungary and Czechoslovakia. *International Social Science Journal* (128). S. 315-330.
- Gross, Peter (2000): Media and political/civil society in eastern Europe: an evolving relationship. *South East Europe Review/SEER*, Quaterly of the Hans-Böckler-Foundation (3) vom Oktober 2000. S. 115-122.
- Grzelewska, Danuta (1999): Polska radiofonia w latach 1918-1989. In: Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań. S. 113-131.
- Grzelewska, Danuta (2001): Prasa, radio i telewizja. Warszawa.
- Habermas, Jürgen (1990a): Die nachholende Revolution. Frankfurt a. M.
- Habermas, Jürgen (1990b): Strukturwandel in der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Mit einem Vorwort zur Neuauflage 1990. Frankfurt a. M.
- Habryń, Marcin (1999): Polskie Media Katolickie 1989-1999. *Zeszyty Prasoznawcze* (3-4). S. 128-143.
- Halecki, Oskar (1963): Geschichte Polens. Frankfurt am Main.
- Hallenberg, Gerd (Hrsg.) (1994): Osteuropa. Medienlandschaft im Umbruch. Berichte und Analysen aus neun Ländern. Berlin.
- Hallin, Daniel C./Mancini, Paolo (im Druck): Drei Modelle von Medien/Journalismus und politischer Kultur. In: Kopper Gerd. G./Mancini, Paolo (Hrsg.): Kulturen des Journalismus und politische Systeme. Probleme internationaler Vergleichbarkeit des Journalismus – verbunden mit Fallstudien zu Großbritannien, Frankreich, Italien und Deutschland. Berlin.
- Hałas (1993): Hałas w eterze. Temat Tygodnia. *Spotkania* vom 1.-7. April 1993. S. 11-17.
- Hamilton, John Maxwell/Krimsky George A. (1995): Exporting American Media. *Media Studies Journal* (3) vom Sommer 1995. S. 93-102.
- Hamowanie* (1990): Hamowanie przekształceń prowadzi do chaosu. Komisje sejmowe o likwidacji RSW. *Życie Warszawy* vom 19. Oktober 1990.
- Harasimiuk, Krzysztof (1997): „Ruch“ prywatyzowany. *Tygodnik Siedlecki* vom 19. Januar 1997.
- Heimann, Richard (1996): Mehr Farbe im Blatt. Seit der Einführung des freien Marktes müssen sich die polnischen Printmedien einem zunehmend harten Konkurrenzkampf stellen. *journalist* (7). S. 68-69.
- Heine, Christiane (1996): Offenes System. *Medien Bulletin* (12). S. 74-75.
- Heller, Edith (1993): Wenn das Telefon klingelt, zittert der Intendant. Wie Präsident Lech Walesa Polens Fernsehen mit kommunistischen Methoden kontrolliert. *Frankfurter Rundschau* vom 18. August 1993. S. 3.
- Heller, Edith (1995): Kämpfer für Sozialismus und Multimillionär. Jerzy Urbans „Nie“ nimmt sich Walesa, Korruption und Kirche vor. *Frankfurter Rundschau* vom 12. Juni 1995. S. 9.

- Heller, Edith (1997): Radio Maria ruft zum Kreuzzug gegen die Verfassung. Polnische Bischofskonferenz schwenkt auf den Kurs des radikalen Katholiken-Senders ein. *Frankfurter Rundschau* vom 10. Mai 1997. S. 2.
- Heller, Edith (1998a): Bunte Bilder aus einer Luxuswelt und anspruchslöse Texte. Polen Zeitschriftenmarkt boomt, aber im Kampf um die Gunst der Leserinnen verlieren die einheimischen Blätter. *Frankfurter Rundschau* vom 24. April 1998.
- Heller, Edith (1998b): Peeling für schöne Polinnen. Der polnische Zeitschriftenmarkt ist einer der attraktivsten in Mitteleuropa. Das größte Interesse der ausländischen Investoren gilt den Frauenzeitschriften. Verlierer sind die einheimischen Verlage. *Der Tagesspiegel* vom 14. Mai 1998. S. 3.
- Heller, Edith (1998c): Streit um einem Zeitungskauf. Passauer Verleger erwirbt die polnische „Gazeta Olsztynska“. *Frankfurter Rundschau* vom 13. August 1998. S. 9.
- Hendler, Alicja (1996a): Dojrzewanie telewizji. *Życie Gospodarcze* vom 11. Oktober 1996. S. 40.
- Hendler, Alicja (1996b): Sprzedać słuchacza. *Życie Gospodarcze* (24) vom 14. April 1996. S. 36 u. 38.
- Hildermeier, Manfred/Kocka, Jürgen/Conrad, Christoph (Hrsg.) (2000): Europäische Zivilgesellschaft in Ost und West. Begriff, Geschichte, Chancen. Frankfurt/New York.
- Hill, J. Dee/Simpson, Peggy u. a. (1996): Western swing for. *M & M Central Europe*, Frühjahr 1996. S. 6-7.
- Hillenbrand, Olaf (2001): System Transformation – Overview of the Survey. In: Weidenfeld, Werner (Hrsg.): *Shaping Change – Strategies of Transformation*. Gütersloh. S. 27-43.
- Hirsch, Helga (1995): Auf der Hut vor dem Gift des Westens. *Die Zeit* (31) vom 28. Juli 1995. S. 43.
- Hoensch, Jörg K. (1990): *Geschichte Polens*. Stuttgart. 2. neu bearbeitete und erweiterte Auflage.
- Hoffmann, Kurt (1995): Es geht voran. Rundfunk in Polen: eine Zwischenbilanz nach fünf Jahren. *epd/Kirche und Rundfunk* (48) vom 21. Juni 1995. S. 9-11.
- Holzer, Jerzy (1997): Ergänzende Bemerkungen zur Funktion und Wirkung des „Zweiten Umlaufs“ in Polen. In: Mühle, Eduard (Hrsg.): *Vom Instrument der Partei zur „Vierten Gewalt“: die osteuropäische Presse als zeithistorische Quelle*. Marburg. S. 63-66.
- How Free* (2001): *How Free? The Web & The Press. The Annual Survey of Press Freedom. Press Freedom Survey 2001*. URL: www.freedomhouse.org/research/pressurvey.htm, Stand: 16. März 2002.
- Howzan, Artur (1994): Uderzenie w głowę. Ring prasowy: Niemcy w wadze ciężkiej. *Polityka* vom 10. Dezember 1994. S. 23.
- Huntington, Samuel (1993): The Clash of Civilizations. *Foreign Affairs* (3). S. 22-49.
- Ikonowicz, Mirosław (2001): „Zbuntowane“ Radio Maryja. *Przegląd* vom 10. Dezember 2001. S. 26-28.
- Imperium* (2000): Imperium Walendziaka. *Przegląd* vom 20. November 2000. S. 5-6.
- Isakiewicz, Elżbieta (1990): Nie zlikwidowaliśmy RSW. Rozmowa z Jerzym Drygalskim, przewodniczącym Komisji Likwidacyjnej RSW „Prasa-Książka-Ruch“. *Tygodnik Solidarność* vom 13. Juli 1990.
- Jakubowicz, Karol/Jędrzejewski Stanisław (1988): Polish Broadcasting: The Choices Ahead. *European Journal of Communication* (1). S. 91-111.
- Jakubowicz, Karol (1990a): ‚Solidarity‘ and media reform in Poland. *European Journal of Communication* (2-3). S. 333-353.

- Jakubowicz, Karol (1990b): Turning a new page (The Media: Ways to Freedom). *UNESCO Courier* vom September 1990. S. 34-36.
- Jakubowicz, Karol (1990c): Musical chairs? The three public spheres in Poland. *Media, Culture & Society* (2) vom April 1990. S. 195-212.
- Jakubowicz, Karol (1992): From Party Propaganda to Corporate Speech? Polish Journalism in Search of a New Identity. *Journal of Communication* (2). S. 64-73.
- Jakubowicz, Karol (1994): Equality for the downtrodden, freedom for the free: changing perspectives on social communication in Central Europe. *Media, Culture & Society* (2) vom April 1994. S. 271-292.
- Jakubowicz, Karol (1995a): Poland: Television: What Mix of Continuity and Change? *javnost/the public* (3), Broadcasting After Communism. (Herausgegeben von Slavko Splichal). S. 61-80.
- Jakubowicz, Karol (1995b): Media Within and Without the State: Press Freedom in Eastern Europe. *Journal of Communication* (4). S. 125-139.
- Jakubowicz, Karol (1995c): Media as Agents of Change. In: Paletz, David/Jakubowicz, Karol/Novosel, Pavao (Hrsg): Glasnost and After. Media and Change in Central and Eastern Europe. Cresskill, N. J. S. 19-48.
- Jakubowicz, Karol (1995d): Poland. In: Paletz, David/Jakubowicz, Karol/Novosel, Pavao (Hrsg): Glasnost and After. Media and Change in Central and Eastern Europe. Cresskill, N.J. S. 129-148..
- Jakubowicz, Karol (1996a): Quo vadis, telewizjo? „Czwarta władza“ powinna podlegać samokontroli dziennikarzy i mediów. *Życie Warszawy* vom 24. Mai 1996.
- Jakubowicz, Karol (1996b): Civil Society and Public Sphere in Central and Eastern Europe. A Polish Case Study. *The Nordicom Review* (2). S. 39-50.
- Jakubowicz, Karol (1997): Den Westen überbieten – der landeseigene Weg: Polen. In: Die Entwicklung der audiovisuellen Medienlandschaft in Mitteleuropa seit 1989. Veröffentlicht von der Generaldirektion X, Direktorat D der Europäischen Kommission und der Generaldirektion 1A, Direktion B der Europäischen Kommission in Zusammenarbeit mit Eureka Audiovisuell. Berlin 1997. S. 55-88.
- Jakubowicz, Karol (1997/98): Polskie Prawo Prasowe: Nowe obszary i wyzwania. *Forum dziennikarzy* (6/1) vom Dezember 1997/Januar 1998. S. 10-12.
- Jakubowicz, Karol (1998): Entwicklungen im polnischen Fernsehmarkt. Vom Staatsmonopol zum Wettbewerb. *Media Perspektiven* (1). S. 39-45.
- Jakubowicz, Karol (1999a): Öffentlich-rechtliches und privates Fernsehen in Polen. In: Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.): Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996. Berlin. S. 161-182.
- Jakubowicz, Karol (1999b): Telewizja Polska 1989-1999. In: Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań. S. 183-196.
- Jakubowicz, Karol (1999c): Kiedy, k..., nikt? Niezależności mediów publicznych na zachodzie broni przyzwoitość, a nie rozwiązania instytucjonalne. *press* (1) vom 1. Januar 1999. S. 28-30.
- Jakubowicz, Karol (1999d): The Genie Is Out Of The Bottle. Measuring media change in Central and Eastern Europe. *Media Studies Journal*, Herbst 1999. S. 52-59.
- Jakubowicz (2000): Kapitał w akcji. *press* (2) vom 15. Februar 2000. S. 48-49.
- Jakubowicz, Karol (o. J.): Rude Awakening. Social and Media Change in Central and Eastern Europe. Buchmanuskript. Stand: Dezember 2001.

- Jakubowska, Aleksandra (1996): Dlaczego rząd nie chciał „uczęśliwić“ dziennikarzy. *Życie Warszawy* vom 30. August 1996.
- Jakubowski, Jan (1990): Wojna o prasę. *Tygodnik Gdański* vom 28. Oktober 1990. S. 1 u. 4.
- Janecki, Stanisław (1996): Wystarczy być. Kariera Ryszarda Miazka. *Wprost* vom 22. September 1996. S. 22.
- Janicki, Artur (1998): Czyja telewizja publiczna? *Forum dziennikarzy* (2) vom Februar 1998. S. 14-15.
- Janicki, Mariusz/Zagner, Agnieszka (2001): Familia Plus w rozsypce. *Polityka* vom 29. September 2001. S. 48-50.
- Janowski, Michał/Reszka, Paweł (1996a): Ciszej na tą zmianą. *Rzeczpospolita* vom 26. April 1996.
- Janowski, Michał (1996b): Prasa na ekranie. *Rzeczpospolita* vom 12. Juli 1996.
- Janowski, Michał/Majewski, Michał (1998): Robert Kwiatkowski prezesem telewizji. *Rzeczpospolita* vom 27. Juni 1998.
- Janyr, Przemysław/Erdmann, Heinz (1997): Engagement im Osten. *Medien Bulletin* (6). S. 22-23.
- Jarowiecki, Jerzy (1996): Przekształcenia prasy polskiej w latach 1989-1995. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): Transformacja mediów (1989-1995). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXVI. Warszawa. S. 43-58.
- Jastrzębowski, Tomasz (1998): Z życia telewizji. Nakłady największych polskich pism telewizyjnych przekraczają million egzemplarzy. *press* (8) vom 15. August 1998. S. 49-52.
- Jastrzębowski, Tomasz (1999a): Zdrowie pań. Prasa o zdrowiu daje niskie koszty reklamowego dotarcia. *press* (7) vom 15. Juli 1999. S. 48-52.
- Jastrzębowski, Tomasz (1999b): Liga prasowa. Promocja pisma sportowego może zwiększyć jego sprzedaż nawet o 50 procent. *press* (6) vom 15. Juni 1999. S. 54-59.
- Jastrzębowski, Tomasz (1999c): Kto zyskuje, kto traci. Wzrosty, spadki i średnia sprzedaż dzienników styczeń 98 - styczeń 99. *press* (4) vom 15. April 1999. S. 9.
- Jastrzębowski, Tomasz (1999d): Trudny biznes. Dziesięć lat funkcjonowania w realiach wolnego rynku nie przekonało Polaków do czytania gazet o tematyce ekonomicznej. *press* (2) vom 15. Februar 1999. S. 48-55.
- Jastrzębowski, Tomasz (1999e): Ciężki kawałek chleba. *press* (8) vom 15. August 1999. S. 52-55.
- Jastrzębowski, Tomasz (1999f): Mądre pisma. Stosunkowo niska sprzedaż pism popularnonaukowych nie przeszkadza im w zajmowaniu nie złych miejsc w rankingach czytelnictwa. *press* (1) vom 15. Januar 1999. S. 28-30.
- Jastrzębowski, Tomasz (1999g): Męskim okiem. Już wkrótce pisma dla mężczyzn będzie kupowało pół miliona Polaków. *press* (3) vom 15. März 1999. S. 58-60.
- Jastrzębowski, Tomasz (2000): Męska specjalność. Pisma specjalistyczne stanowią przeszkodę w rozwoju tradycyjnie rozumianych męskich magazynów. *press* (2) vom 15. Februar 2000. S. 70-77.
- Jędrzejewski, Stanisław (1999): Hörfunk in Polen. Politisch-rechtliche Grundlagen für den Wandel nach 1989. In: Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.): Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996. Berlin. S. 147-160.
- Jewsiejewa, Lija P. (1994): Transformacja mediów w krajach postkommunistycznych na przykładzie Polski i Rosji. *Zeszyty Prasoznawcze* (1-2). S. 42-47.

- Kabelfernsehen* (1997): Kabelfernsehen boomt in Polen. Haushaltssättigung bei 27 Prozent. *Blickpunkt: Film* (46) vom 10. November 1997. S. 54.
- Kabiesz, Edward (2001): TV Niepokolanów II na antenie. *Gość Niedzielny* (34).
- Kania, Jan (1997): Prenumerata prasy – rozwój czy regres? *Zeszyty Prasoznawcze* (3-4). S. 100-106.
- Kantyka, Jan/Jachimowski, Marek (Hrsg.) (1996): Transformacja radia w Polsce i na Świecie (1990-1995). Katowice.
- Kalabiński, Jacek u. a. (1998): Każdy po swojemu. *Rzeczpospolita* vom 21. Januar 1998.
- Kalnoky, Boris (1995): Sorge um die polnische Presse. Ein umstrittener Entwurf für neues Mediengesetz sieht „Renationalisierung“ vor. *Die Welt* vom 6. Juni 1995. S. 11.
- Kara* (1998): Kara za perwersję. *Rzeczpospolita* vom 22. Juli 1998.
- Karatnycki, Adrian/Motyl, Alexander/Schnitzer, Amanda (Hrsg.): Nations in Transit 2001. Civil Society, Democracy, and Markets in East Central Europe and the Newly Independent States. (Herausgegeben vom Freedom House). URL: http://www.freedomhouse.org/research/nitransit/2001/pdf_docs.htm, Stand: 28. März 2002.
- Karl, Terry Lynn/Schmitter, Philippe C. (1991): Modes of transition in Latin America, Southern and Eastern Europe. *International Social Science Journal* (128). S. 269-284.
- Karłowicz, Edward (1998): Maraton na Foksal. *Forum dziennikarzy* (7/8) vom Juli/August 1998. S. 4-5.
- Kasprów, Rafał (1998): Nielatwo sięgać gwiazd. TVN po roku: powoli w górę. *press* (9) vom 15. September 1998. S. 26-28.
- Kasprów, Rafał/Leski, Jacek (1998): Plany i interesy Zygmunta Solorza. *Rzeczpospolita* vom 27. Oktober 1998.
- Katalog* (1997): Katalog mediów Polskich 1997. Herausgegeben vom Ośrodek Badań Prasoznawczych. Kraków.
- Katalog* (2000): Katalog mediów Polskich 1999/2000. Herausgegeben vom Ośrodek Badań Prasoznawczych. Kraków.
- Keane, John (1991): The Media and Democracy. Cambridge, MA.
- Keilacker, Margarete (1994a): Medienpolitischer Rückblick. Ost- und Südosteuropa 1993. *medium*, Zeitschrift für Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild, Ton (2). S. 76-78.
- Keilacker, Margarete (1994b): Überblick: Osteuropäische Medienentwicklung. *transparent*, Mitteilungen aus dem Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig (2) vom Oktober 1994. S. 18-19.
- Kinaszewski, Adam (1998): Telewizja publiczna w naprawie. *Rzeczpospolita* (118) vom 23. Mai 1998.
- Kledzik, Maciej (1998): Etyka w medialnym trzęsawisku. *Forum dziennikarzy* (1998) vom Mai 1998. S. 8-9.
- Klein, Cornelia (1994): Fernsehen und andere Massenmedien in Osteuropa. Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Medienentwicklung 1989-1993. In: Hallenberger, Gerd (Hrsg.): Osteuropa. Medienlandschaft im Umbruch. Berlin. S. 13-25.
- Kleinsteuber, Hans J. (1993): Mediensysteme in vergleichender Perspektive. Zur Anwendung komparativer Ansätze in der Medienwissenschaft: Probleme und Beispiele. *Rundfunk und Fernsehen* (3). S. 317-338.
- Kleinwächter, Wolfgang (1992): Durchbruch nach drei Jahren. Polen: „Gesetz für Hörfunk und Fernsehen“ verabschiedet. *Funk-Korrespondenz* (48) vom 26. November 1992. S. 11-13.

- Kleinwächter, Wolfgang (1994a): Idealistische Szenarien und westliche Modelle. Rundfunk im Umbruch: Die Mediensituation in Mittel- und Osteuropa. *agenda*, Zeitschrift für Medien, Bildung, Kultur (12) vom Januar-Februar 1994. S. 54-57.
- Kleinwächter, Wolfgang (1994b): Polen: Rundfunk zwischen Macht und Markt. *FUNK-Korrespondenz* (15) vom 15. April 1994. S. 22-24.
- Kleinwächter, Wolfgang (1995a): From the Mountains of Visions to the Valleys of Reality: New Legal Frameworks for Broadcasting in Eastern and Central Europe. *Canadian Journal of Communication* (1). S. 25-44.
- Kleinwächter, Wolfgang (1995b): Rundfunkrecht in Osteuropa: Der mühselige Weg vom Einheitsrundfunk zum dualen System. In: Erbring, Lutz (Hrsg.): Kommunikationsraum Europa. München. S. 85-102.
- Klimsa, P. (1986): Die Zensur in Polen. *Publizistik* (3-4). S. 401-406.
- Kluzik, Joanna/Zawłocka, Aleksandra (1996): Interesy w sieci. *Wprost* vom 21. April 1996.
- Kłosiński, Jerzy/Wójcik, Teresa (1996): Przepraszamy za usterki. Telewizja Polska jest miejscem nieustającej walki. O polityczne wpływy i gigantyczne pieniądze. *Tygodnik Solidarność* vom 27. September 1996.
- Kłossowicz, Jan (1999): Kulturelle Zeitschriften und die Kultur in den Medien. In: Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.): Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996. Berlin. S. 247-257.
- Knobelsdorf, Wladimir (1991): Medien. In: Wöhlke, Wilhelm (Hrsg.): Länderbericht Polen. Schriftenreihe Band 296. Bonn. S. 427-447.
- Knops, Tilo Rudolf (1990): Audiovisuelle Medien im nicht mehr kommunistischen Polen. *medium* (2). S. 63-65.
- Koalicja* (1996): Koalicja przeciw projektowi prawa prasowego Unii Wolności. *Rzeczpospolita* vom 24.-25. August 1996.
- Kobieta* (1998): Kobieta na celowniku. *press* (9) vom 15. September 1998. S. 12.
- Kocka, Jürgen (2000): Zivilgesellschaft als historisches Problem und Versprechen. In: Hildermeier, Manfred/Kocka, Jürgen/Conrad, Christoph (Hrsg.): Europäische Zivilgesellschaft in Ost und West. Begriff, Geschichte, Chancen. Frankfurt/New York. S. 13-39.
- Kocka, Jürgen (2002): Was heißt „Zivilgesellschaft“? *Der Tagesspiegel* vom 25. März 2002. S. 27.
- Kohler, Friedemann (1990): Wie Polens Presse den Umbruch verkraftet. *medium* (2). S. 65-67.
- Kolejna* (1996): Kolejna krytyka nowelizacji prawa prasowego. *Rzeczpospolita* vom 15. September 1996.
- Komisja* (1990): Komisja ds. Likwidacji RSW „Prasa-Książka-Ruch“ wyjaśnia wątpliwości dotyczące podziału majątku. *Życie Warszawy* vom 2. Januar 1990. S. 2.
- Komisja* (1996): Komisja nieustająca. Likwidacja koncernu RSW. *Rzeczpospolita* vom 14. November 1996.
- Komunikat* (1992): Komunikat o posiedzeniu KSRM. *Biuletyn Informacyjny PAP* (Wiadomości Krajowe) vom 9. November 1992. Position 54. S. 72 u. 74.
- Koncern medialny* (1997): Koncern medialny w budowie. *Rzeczpospolita* (68) vom 21. März 1997.
- Koncern prasowy* (1996): Koncern prasowy już tylko na papierze. W sejmie o RSW. *Życie Warszawy* vom 16. November 1996.
- Koncesjonada* (1994): Koncesjonada. KRRiTV na półmetku bojów o przyszłość rynku mediów elektronicznych. *Media Polska* vom Oktober 1994. S. 11-13.

- Kolodko, Grzegorz W. (1999): Transition to a market economy and sustained growth. Implications for the post-Washington consensus. *Communist and Post-Communist Studies* (3). S. 233-261.
- Kononiuk, Tadeusz (1998): Wolność prasy, wolność dziennikarzy. *Forum dziennikarzy* (7/8) vom Juli/August 1998. S. 16-17.
- Konrád, György/Szelényi, Iván (1978): Die Intelligenz auf dem Weg zur Klassenmacht. Frankfurt a. M.
- KonzeSSION* (1994): KonzeSSION für Privatfernsehen ging an polnische POLSAT. *dpa-informationen* (5) vom 3. Februar 1994. S. 18.
- Kopacz, Grzegorz (2000a): Prasa motoryzacyjna. *press* (5) vom 15. Mai 2000. S. 60-64.
- Kopacz, Grzegorz (2000b): Wnętrzarstwo. *press* (6) vom 15. Juni 2000. S. 60-72.
- Kopper, Gerd G. (1999): Transformation des Mediensystems in Polen. Einführende Analyse in der Außenbetrachtung. In: Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin. S. 29-46.
- Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.) (1999): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin
- Korbonski, Andrzej (1994): Civil Society and Democracy in Poland: Problems and Prospects. In: Bibič, Adolf/Graziano, Gigi (Hrsg.): *Civil Society, political society, democracy*. Ljubljana. S. 215-230.
- Kordus, Kuba (1996): Dlaczego Polsat jest lepszy niż TVP. Krótki instruktaż jak poprawić działalność Biura Reklamy telewizji publicznej, czyli *press* (7) vom 15. August 1996. S. 47-48.
- Kość, Wojtek (2001): Poland: As expected, Poland's main opposition party storms elections and Solidarity fails to get into parliament. *TOL/Transition On-Line* vom 18-24. September 2001. URL: www.tol.cz.look/TOLnew/article.tpl?IdLanguage=1&IdPublication=4&NrIssue=2, Stand 23. September 2001.
- Kosidowski (2000): MTV teraz Polska. *press* (6) vom 15. Juni 2000. S. 51.
- Kot, Wiesław (1996): Misja Mediów. *Wprost* vom 24. November 1996. S. 35-36.
- Kowalewska, Katarzyna (1998a): Plus sześć. Sieć stacji katolickich komercjalizują się. *press* (10) vom 15. Oktober 1998. S. 18.
- Kowalewska, Katarzyna (1998b): Staruszka górą. Redakcja „Pani Domu“ przeżywa porażkę i zapowiada podjęcie rzuconej jej rękawiczki. *press* (11) vom 15. November 1998. S. 14.
- Kowalewska, Katarzyna/Polewska, Monika (1999): Prasa ducha. Agencje reklamowe nie znają prasy religijnej. *press* (8) vom 15. August 2000. S. 45-57.
- Kowalewska, Katarzyna (2000a): Jak wydawać. Krok po kroku prasa ekonomiczna zdobywa rynek czytelniczy. *press* (1) vom 15. Januar 2000. S. 56-64.
- Kowalewska, Katarzyna (2000b): Kobięce sztuczki. Na trudnym rynku czasopism dla kobiet wydawcy prześcigują się w sposobach pozyskiwania reklamodawców. *press* (1) vom 1. Januar 1999. S. 56-66
- Kowalewska-Onaszkiewicz, Anna (1999): Radio komercyjne 1990-1999. In: *Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku*. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań. S. 150-160.
- Kowalski, Tadeusz (1988): Evolution after revolution: the Polish press system in transition. *Media, Culture & Society* (2). S. 183-196.

- Kowalski, Tadeusz (1993): Prasa na wolnym rynku. Czy media poradzą sobie? *Życie Gospodarcze* vom 13. Juni 1993. S. 4.
- Kowalski, Tadeusz (1996): Sukces zdrożeje. Polskie media 2000 – próba prognozy. *Życie Gospodarcze* vom 5. Juli 1996. S. 29-31.
- Kowalski, Tadeusz (2000): Media Internationalization. The Case of Poland. *JMM – The International Journal on Media Management* (III/IV). S. 115-152.
- Kowol, Ilza (1992): Alles andere als stabil: die Kirchenpresse in der Republik Polen. *Communicatio Sociales* (3). S. 303-307.
- Kowol, Ilza (1992): Polens Kirche: unzufrieden mit den Massenmedien. *Communicatio Socialis* (1). S. 83-85.
- Kowol, Ilza/Oniszczyk, Zbigniew (1994): Neue Presselandschaft in Polen. *transparent*, Mitteilungen aus dem Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig (2) vom Oktober 1994. S. 34-35.
- Kowol, Ilza (1999): Die katholische Kirche und katholische Medien. In: Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin. S. 235-246.
- Koźniewski, Kazimierz (1993): Do myślenia. *Polityka* vom 19. Juni 1993. S. 8.
- Krajewski, Jerzy (1999): Strategia skuteczna. Rozmowa z Witoldem Woźniakiem, prezesem zarządu Wydawnictwa H. Bauer Sp. z o. o. *press* (10) vom 15. Oktober 1999. S. 30-31.
- Krajobraz* (1991): Krajobraz po likwidacji. *Gazeta Wyborcza* vom 30. April 1991. S. 12-13.
- Krasnodelski, Zdzisław (1993): Polens Rückkehr nach Europa. In: Schäfers, Bernhard (Hrsg.): *Lebensverhältnisse und soziale Konflikte im neuen Europa*. Verhandlungen des 26. Deutschen Soziologentages in Düsseldorf 1992. Frankfurt a. M. /New York. S. 267-272.
- Kraszewska-Ey, Joanna (1994): Gazetowa zdrapka. *Polityka* vom 1. Oktober 1994. S. 1 u. 6.
- Krönig, Jürgen (2001): Wer wird Chairman der BBC? Sechs Kandidaten kommen in die engere Wahl. *epd medien* (73) vom 15. September 2001.
URL: <http://epd.de/medien/2001/73ausland.htm>, Stand: 19. 9. 2001)
- KRRiTV* (1996): KRRiTV allots two large regional TV licences. *Post-Soviet Media Law & Policy Newsletter* (33-34) vom November 1996. URL: www.vii.org.monroe/issue33_34/europe.html, Stand: 3. Juli 2002.
- Krzemiński, Adam (1997): Polen – das neue Land der Mitte. Nach dem Wahlerfolg der „dritten“ Solidarność steuert Warschau gelassen auf die Kohabitation zu. *Die Zeit* (40) vom 26. September 1997. S. 13.
- Krzemiński, Adam (2001): Amerika als Traum, Europa als Wirklichkeit. In: *Informationen zur Politischen Bildung: Polen* (273), 4. Quartal 2001. S. 51.
- KRRiT* (2000): KRRiT wybrała *press* (6) vom 15. Juni 2000. S. 10.
- Kto* (2000): Kto, z kim, gdzie. *press* (2) vom 15. Februar 2000. S. 5-11.
- Kublik, Agnieszka (1994a): Polsat precedensowy. *Gazeta Wyborcza* vom 19. September 1994.
- Kublik, Agnieszka (1994b): Sąd nad Polsatem. *Gazeta Wyborcza* vom 20. September 1994.
- Kublik, Agnieszka/Rożyński, Paweł (1996): Wcisnąć nogę między drzwi. *Gazeta Wyborcza* vom 24. Oktober 1996. S. 7.
- Kuciel, Maciej (1999): TVP przystąpiła do Cyfry Plus. *Rzeczpospolita* vom 29. Juli 1999.

- Kuczewski, Maciej (1990): Majątek RSW – co dalej? Strzał z nie nabitej armaty. *Kultura w kraju i na świecie* (1409) vom 11. Juli 1990.
- Kunkiewicz, Karina (2000): The Wild Child of Polish Radio. *The Warsaw Voice – Media Voice* (2) vom Mai/Juni 2000.
- Kurek, Tadeusz: Początki polskiego dziennikarstwa telewizyjnego. *Zeszyty Prasoznawcze* (2). S. 63-76.
- Kwaśniewski* (1997): Kwaśniewski, Ałganów, Hirtreiter i niezależność mediów. *Gazeta Wyborcza* vom 22. Dezember 1997. S. 2.
- Kwiatkowski, Paweł (1993): Na żywo. *Wprost* vom 3. Januar 1993.
- Kwiatkowski, Paweł (1995): Niewiadomości. Rzecz o dziennikarzach. Poznań.
- Langer, Ulrike (1997): Wem die Medien gehören und was dies bedeutet, scheint niemanden zu interessieren. Nach dem Umbruch in Ost- und Mitteleuropa entstanden zahlreiche Kommerzsender – und viele medienpolitische Probleme. *Frankfurter Rundschau* vom 21. Oktober 1997. S. 9.
- Lau, Christoph/Weiß, Johannes (1993): Einführung (zum Plenum 4, Modernisierungs- und Transformationskonflikte in Europa). In: Schäfers, Bernhard (Hrsg.): *Lebensverhältnisse und soziale Konflikte im neuen Europa*. Verhandlungen des 26. Deutschen Soziologentages in Düsseldorf 1992. Frankfurt a. M./New York. S. 159-165.
- Lauristin, Marju (1997): Contexts of Transition. In: Lauristin, Marju/Vihalemm, Peter u. a. (Hrsg.): *Return to the Western World. Cultural and Political perspectives on Estonian Post-Communist Transition*. Tartu. S. 25-40.
- Lazar, Helena (1993): Kto to przeczyta? *Gazeta Krakowska* vom 27. August 1993. S. 6.
- Leman, Helena (2001): Twierdza Radia Maryja. *Przegląd* vom 22. Oktober 2001. S. 23-24.
- Lessenich, Stephan (1996): Spanischer Wein in osteuropäischen Schläuchen? Das Alte und das Neue am transformationspolitischem „Dilemma der Gleichzeitigkeit“. In: Clausen, Lars (Hrsg.): *Gesellschaften im Umbruch*. Verhandlungen des 27. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Halle an der Saale 1995. Frankfurt a. M./New York. S. 214-228.
- Lesser, Gabriele (2001): Marktzutritt beim Nachbarn. *die tageszeitung* vom 22. Juni 2001. S. 16.
- Lessnau, Jurek (1996): Die Wahl des Herrn „Nicht-Walesa“. Die Entscheidung für Aleksander Kwaśniewski polarisiert die polnische Gesellschaft. *Frankfurter Rundschau* vom 11. Januar 1996. S. 12.
- Lewandowska, Wiesława (1993): O Biurze Prasowym Rządu. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): *Kontrowersje wokół transformacji prasy polskiej (1989-1992)*. Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXIII. Warszawa. S. 123-130.
- Lewandowska, Wiesława/Stempień, Joanna (1994): Czy radzi czwarta władza. *Życie Warszawy* vom 8. Juni 1996. S. 1 u. III.
- Lewandowska, Wiesława/Stempień, Joanna (1994): Wolne słowo *Życie Warszawy* vom 6. Mai 1996. S. 1 u. III.
- Lewicka, Katarzyna (2000): Zbadać dzieci. *press* (7) vom 15. Juli 2000. S. 59-72.
- Likwidacja* (1990): Likwidacja RSW „Prasa-Książka-Ruch“. *Rzeczpospolita* vom 22. Oktober 1990. S. 3.
- Lisowska-Magdżiarz, Małgorzata (1999): Reklama telewizyjna. In: *Media w Polsce w XX Wieku*. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań. S. 239-248.
- Liszyńska, Agnieszka (1999): Odnosi sukces. TVN po dwóch latach od startu. *press* (10) vom 15. Oktober 1999. S. 14

- Losch, Richard (1997a): Glasnost erreicht den Äther. Osteuropa (I). *Medien Bulletin* (4). S. 30-32.
- Losch, Richard (1997b): Glasnost erreicht den Äther. Osteuropa (II). *Medien Bulletin* (5). S. 22-25.
- Lubelska, Krystyna (1999): Alleluja i do przodu. *Polityka* vom 9. Oktober 1999. S. 72.
- Lubelska, Krystyna (2001): Franciszkanie i spółka. *Polityka* vom 20. Januar 2001. S. 87.
- Lubiński, Józef (1999): Lata 1945-1989. In: Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań. S. 27-48.
- Ludek, Andrzej (1999): Badania rynku. In: Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań. S. 279-284.
- Ludwig, Michael (1996): Ein-Personen-Gesellschaft. Der Rundfunk sind wir: Polens Parteien machen sich das Fernsehen zur Beute. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 10. April 1996. S. 34.
- Łanocha, Dariusz (1995): „Oglądactwo“ zamiast czytelnictwa. *Trybuna* vom 3. August 1995.
- Mac, Jerzy Sławomir (1994): Grauso wyłączony. *Wprost* vom 11. September 1994. S. 19-20.
- Mac, Jerzy Sławomir (1997): Wejście Waltera. *Wprost* vom 12. Oktober 1997. S. 106-108.
- Machowiak, Jarosław (1994): Polska jako partner. *Nowa Europa* vom 28. Februar 1994. S. 22.
- Maćków, Jerzy J. (1992a): Die Krise des Totalitarismus in Polen. Münster.
- Maćków, Jerzy (1992b): Polens Weg in die Dritte Republik. In: Thaysen, Uwe (Hrsg.): Wandel durch Representation – Repräsentation im Wandel. Entstehung und Ausformung der parlamentarischen Demokratie in Ungarn, Polen, der Tschechoslowakei und der ehemaligen DDR. Baden-Baden. S. 69-101.
- Makarenko, Vadim (2001a): Czy wyjdą na Plus? *Gazeta Wyborcza* vom 8. Oktober 2001. S. 30-31.
- Makarenko, Vadim (2001b): A jednak Dresdner. *Gazeta Wyborcza* vom 3. Dezember 2001. S. 26.
- Mänicke-Gyöngyösi, Krisztina (1995): Ost- und ostmitteleuropäische Gesellschaften zwischen autonomer Gestaltung und Adaption westlicher Modernisierungsmodelle. In: Wollmann, Hellmut/Wiesenthal, Helmut/Bönker, Frank (Hrsg.): Transformation sozialistischer Gesellschaften: Am Ende des Anfangs. Opladen. S. 30-53.
- Mänicke-Gyöngyösi, Krisztina (1996): Elitenwandel im Transformationsprozeß. Die Rolle von Intelligenz und Recht. In: Clausen, Lars (Hrsg.): Gesellschaften im Umbruch. Verhandlungen des 27. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Halle an der Saale 1995. Frankfurt a. M./New York. S. 633-647.
- Manaev, Oleg/Pryliuk, Yuri (Hrsg.) (1993): Media in Transition: From Totalitarism to Democracy. Minsk.
- Manaev, Oleg (1995): The USSR (Republic of Belarus). In: Paletz, David/Jakubowicz, Karol/Novosel, Pavao (Hrsg.): Glasnost and After. Media and Change in Central and Eastern Europe. Cresskill, N.J. S. 65-95.
- Marcicki, Wojciech (1997): Wzloty i upadki. *Trybuna* vom 13. September 1997.
- Margolis, Joe (Hrsg.) (1991): Africa & Central Europe: The media & strengthening democratic institutions. Report of the sixth media conference. Cambridge, MS.
- Margueritte, Bernard J. (1995): Post-communist Eastern Europe: The difficult birth of a free press. The Joan Shorenstein Center/Harvard University. Cambridge, MS.
- Mariusz (2001): Mariusz Walter rezygnuje z funkcji prezesa TVN. *tele@top* vom Juni 2001.

- Markiewicz, Tadeusz (1996a): Tube Tycoons Still Tangled. *The Warsaw Voice* vom 12. Mai 1996.
- Markiewicz, Tadeusz (1996b): Getting Wired. *The Warsaw Voice* vom 1. September 1996.
- Markiewicz, Tadeusz (1996c): Over the Regulator's Heads. *The Warsaw Voice* vom 17. November 1996.
- Markiewicz, Tadeusz/Ryciak, Dariusz (1996): Private Channels Battle On. *The Warsaw Voice* vom 15. Dezember 1996.
- Martynów, Aneta (2000): Zdyscyplinowani. Przyszłość prasy sportowej to tytuły poświęcone sportom indywidualnym. *press* (8) vom 15. August 2000. S. 74-76.
- Maschler, Nicole (1999): Fieberhafte Suche nach neuen Märkten. *die tageszeitung* vom 15. November 1999. S. 12.
- Matalowska, Anna (1994): Polsat: trzeci filar. *Polityka* (42) vom 15. Oktober 1994.
- Matlak, Andrzej (1993): Nowa Polska Ustawa o Radiofonii i Telewizji. *Zeszyty Prasoznawcze* (1-2). S. 5-11.
- Mattusch, Katrin (1996): Der Umbruch in Osteuropa – Herausforderungen für die Soziologie? Zu den Möglichkeiten und Grenzen einer Soziologie Ost- und Mitteleuropas. *Newsletter Sozialwissenschaften in Osteuropa*, Sonderheft Oktober 1996. S. 1-6. URL: www.gesis.org/Publikationen/Zeitschriften/Newsletter_Osteuropa/nl96s1/nl96s, Stand: 2. Juli 2002.
- Matusz, Józef (2000): Obrona przed rozbiorem. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Matysek, Kamila (2000): MTV po polsku. *Rzeczpospolita* vom 16. März 2000.
- Maziarski, Jacek (1999): Telewizja w czasach PRL 1952-1989. In: *Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku.* (Herausgegeben von Press sp. z o. o.) Poznań. S. 167-182.
- Mazurek, Robert (2000): Rady od parady. Rada Etyki mediów – czy da się odzyskać autorytet? *press* (1) vom 15. Januar 2000. S. 32
- MCA (1997): MCA: Beteiligung bei RTL 7 in Polen. *Medien Bulletin* (1). S. 32.
- McQuail, Denis (1983): *Mass Communication Theory. An Introduction.* London, Beverly Hills, New Dehli.
- Media (1999): *Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku.* (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań.
- Media (2000a): Media news. *The Warsaw Voice* vom März/April 2000.
URL: www.warsawvoice.pl/v595.Media00.html, Stand: 30. 7. 2002.
- Media (2000b): Media w Polsce. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Mediale (1998): Mediale Ost-Erweiterung. *Werben & Verkaufen* (41). S. 138-139.
- Merkel, Wolfgang (1994b): Democratic Consolidation and Civil Society: Problems of Democratic Consolidation in East Central Europe. In: Bibič, Adolf/Graziano, Gigi (Hrsg.): *Civil Society, political society, democracy.* Ljubljana. S. 325-351.
- Merkel, Wolfgang (1999): *Systemtransformation. Eine Einführung in die Theorie und Empirie der Transformationsforschung.* Opladen.
- Merkel, Wolfgang u. a. (2001): Economic and Political Transformation in Poland and Hungary. In: Weidenfeld, Werner (Hrsg.): *Shaping Change – Strategies of Transformation.* Gütersloh. S. 63-95.
- Meyer, Jens J. (2000): Kohlen in Polen holen. Deutsche Verleger entdecken die weltweiten Märkte. *dny* (8). S. 10-16.

- Miazek (1996): Miazek Shakes up Polish Television; Consequences for Broadcast Licenses. *Post-Soviet Media Law & Policy Newsletter* (29) vom 30. April 1996.
URL: www.vii.org.monroe.issue29, Stand: 3. Juli 2002.
- Michaels, Daniel (1997): Battle of the Broadcasters. *The Wall Street Journal Europe's/Central European Economic Review* (9) vom November 1997. S. 16.
- Michalski, Andrzej u. a. (2001): Powolnie, mozolnie ale stabilnie. *tele@top* vom Februar 2001. S. 18-27.
- Michalski, Krzysztof (Hrsg.) (1990): Osteuropa – Übergänge zur Demokratie? Frankfurt a. M.
- Michnik, Adam (1991): Zwei Visionen eines posttotalitären Europas. In: Deppe, Rainer/Dubiel, Helmut/Rödel, Ulrich (Hrsg.): *Demokratischer Umbruch in Osteuropa*. Frankfurt a. M. S. 348-350.
- Michnik, Adam (1994a): Aksamitna restauracja. *Gazeta Wyborcza* vom 3.-4. September 1994.
- Michnik, Adam (1994b): Myśleć o przyszłości. *Krytyka, Kwartalnik Polityczny* (43). S. 11-14.
- Michnik, Adam (1995): Samizdat Goes Public. *Media Studies Journal* (3) vom Sommer 1995. S. 69-78.
- Michnik, Adam (1997): Ein ganz normales Land. *Der Spiegel* (41) vom 6. Oktober 1997. S. 198-202.
- Mielczarek, Tomasz (1996a): Telewizja Polska SA w latach 1994-1996. *Zeszyty Prasoznawcze* (3-4). S. 58-72.
- Mielczarek, Tomasz (1996b): Transformacja telewizji w Polsce w latach 1989-1995. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): *Transformacja mediów (1989-1995). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa*. Band XXVI. Warszawa. S. 59-73.
- Mielczarek, Tomasz (1997): Pierwsze lata działalności Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (1993-1997). *Zeszyty Prasoznawcze* (3-4). S. 80-91.
- Mielczarek, Tomasz (1998): Między monopolem a pluralizmem. *Zarys dziejów środków komunikowania masowego w Polsce w latach 1989-1997*. Kielce.
- Mikos, Jarosław (1992): Trwa wojna w eterze. *Nowa Europa* vom 13.-15. November 1992.
- Milton, Andrew K. (1996): News Media Reform in Eastern Europe: A Cross-National Comparison. *The journal of communist studies and transition politics* (4). S. 7-23.
- Mirecka, Idalia (2001): Plus na minusie. *Przegląd* vom 8. Oktober 2001.
- Młynarska; Anna/Skotnicki, Krzysztof (1996): Freedom of Press in Poland. *The journal of communist studies and transition politics* (1). S. 1-18.
- Modrzejewska, Beata (1996a): Kłopoty z gigantycznym dwulatkiem. *Telewizja Polska. Rzeczpospolita* vom 2. Februar 1996.
- Modrzejewska, Beata (1996b): Plan minimum Miazka. *Rzeczpospolita* vom 25. September 1996.
- Modrzejewska, Beata (1996c): Politycy, „siatka“ i Wałęziak. *Rzeczpospolita* vom 4. März 1996.
- Modrzejewska, Beata (1996d): Powtórka z satelity. *Rzeczpospolita* vom 12. Dezember 1996. S. 5.
- Modrzejewska, Beata (1996e): Siła dymisji. Kryzys telewizji publicznej. *Rzeczpospolita* vom 4. September 1996.
- Modrzejewska, Beata (1997a): Węzeł koncesyjny. *Rzeczpospolita* vom 7. Februar 1997.
- Modrzejewska, Beata (1997b): Koncern medialny w budowie. *Rzeczpospolita* vom 21. März 1997.

Modrzejewska, Beata (1997c): Bez autorytetu. *Rzeczpospolita* vom 26. März 1997.

Modrzejewska, Beata (1997d): Dwa punkty i jeden program. *Rzeczpospolita* vom 20. Mai 1997.

Modrzejewska, Beata (1997e): Nowe rady nadzorcze. *Rzeczpospolita* vom 8. August 1997.

Modrzejewska, Beata (1997f): Czas na gry rynkowe. *Rzeczpospolita* vom 12. September 1997.

Modrzejewska, Beata (1997i): Węzeł koncesyjny. *Rzeczpospolita* vom 7. Februar 1997.

Modrzejewska, Beata (1997j): Nowelizacja w sejmie. *Rzeczpospolita* vom 31. Dezember 1997.

Modrzejewska, Beata (1997k): Raport: rynek reklamy w Polsce. *Rzeczpospolita* vom 16. September 1997.

Modrzejewska, Beata (1998a): Połowa programu z Europy. *Rzeczpospolita* vom 7. Januar 1998.

Modrzejewska, Beata (1998b): Zwyczajna jak wywóz śmieci. *Rzeczpospolita* vom 19. Februar 1998.

Modrzejewska, Beata (1998c): Nowelizacja ustawy o radiofonii i telewizji. *Rzeczpospolita* vom 20. Februar 1998.

Modrzejewska, Beata (1998d): Szef „Dwójki” musi odejść. *Rzeczpospolita* vom 23. Februar 1998.

Modrzejewska, Beata (1998e): Konkurs pomysłów. *Rzeczpospolita* vom 26. Februar 1998.

Modrzejewska, Beata (1998f): Kilka kilo sprawozdania. *Rzeczpospolita* vom 5. März 1998.

Modrzejewska, Beata (1998g): Maniacy seriali, filmów i „Wiadomości”. *Rzeczpospolita* vom 31. März 1998.

Modrzejewska, Beata (1998h): Przemoc i seks poza Polską. *Rzeczpospolita* vom 8. April 1998.

Modrzejewska, Beata (1998i): Pierwsza pięciolatka. *Rzeczpospolita* vom 16. April 1998.

Modrzejewska, Beata (1998j): Walka o na hity. *Rzeczpospolita* vom 18. April 1998.

Modrzejewska, Beata (1998k): Kula śniegowa na życzenie. *Rzeczpospolita* vom 26. Mai 1998.

Modrzejewska, Beata (1998l): Walka na widzów, bohaterów i brody. *Rzeczpospolita* vom 15. Juni 1998.

Modrzejewska, Beata (1998m): Szklana zagadka. *Rzeczpospolita* vom 17. Januar 1998.

Modrzejewska, Beata (1998o): Rachunek niepewności. *Rzeczpospolita* vom 9. Juli 1998.

Modrzejewska, Beata (1999): Telewizje komercyjne 1990-1999. In: Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań. S. 197-204.

Modrzejewska, Beata/Reszka, Paweł (1994): 23 dni bez rewolucji. *Rzeczpospolita* vom 24. Januar 1994.

Modrzejewska, Beata/Sieczkowski, Grzegorz (1995): Erozja wrażliwości. Etyka, media i polityka. *Rzeczpospolita* vom 1. April 1995.

Modrzejewska, Beata/Sieczkowski, Grzegorz (1996a): Przyszłość w rzetelności lub w „partyjniactwie”. *Rzeczpospolita* vom 8. April 1996.

Modrzejewska, Beata/Sieczkowski, Grzegorz (1996b): Węzeł paktów politycznych. Telewizja publiczna, KRRiTV oraz koncesje. *Rzeczpospolita* vom 13.-14. April 1996.

Modrzejewska, Beata/ Usidus, Mirosław (1996): Są napięcia. *Rzeczpospolita* vom 10. September 1996.

- Modrzejewska, Beata/Kalabiński, Jacek (1998): Człowiek z jaguarem i anteną. *Rzeczpospolita* vom 25. Februar 1998.
- Modrzejewska, Beata/Rakowicz, Grażyna (1998): Między Gdańskiem a Olsztynem. *Rzeczpospolita* vom 8. April 1998.
- Modrzejewski, Karol (1997): What happened to Solidarity? *Uncaptive Minds* (1), Winter-Frühjahr 1997. (Herausgegeben vom Institute for Democracy in Eastern Europe). S. 63-72.
- Mojkowski Jacek/Sarzyński, Piotr (1997): Obraz Kontrolny. Kontrola NIK wakazała niegospodarność w TVP. *Polityka* (3) vom 18. Januar 1997. S. 3-8.
- Mond, Jerzy/Kwiatkowska-Viatteau, Alexandra (1992): Zmiany w sytuacji mediów w krajach komunistycznych i post komunistycznych. *Zeszyty Prasoznawcze* (3-4). S. 12-32.
- Mokrosinska, Krystyna (1998): Wolność czy anarchia czwartej władzy? Czyli o „hieniu roku”. *Forum dziennikarzy* (9) vom September 1998. S. 6.
- Motyl, Alexander J. (2001): Ten years after the Soviet Collapse: Persistence of the Past and Propects for the Future. In: Karatnycky, Adrian/Motyl, Alexander/Schnitzer, Amanda (Hrsg.): Nations in Transit 2001. Civil Society, Democracy, and Markets in East Central Europe and the Newly Independent States. (Herausgegeben vom Freedom House). S. 36-44.
URL: www.freedomhouse.org/research/nitransit/2001/pdf_docs.htm, Stand: 16. März 2002.
- Mrowka, Heinrich (1984): Das Pressewesen in Polen nach 1945. Dokumentation Ostmitteleuropa (5). (Herausgegeben vom Johann-Gottfried-Herder-Institut). Marburg an der Lahn.
- Mrozowski, Maciej (1990): Television in Poland. *Media, Culture & Society* (2). S. 213-220.
- Mrozowski, Maciej (1996): Kultura w telewizji publicznej: dylematy misjonarza. *Zeszyty Prasoznawcze* (3-4). S. 73-94.
- Mühle, Eduard (Hrsg.) (1997): Vom Instrument der Partei zur „Vierten Gewalt“: die osteuropäische Presse als zeithistorische Quelle. Marburg.
- Müller, Klaus (2001): Post-Washingtoner Consensus und Comprehensive Development Framework. Neue Perspektiven für Transformationsforschung und Transformationstheorie. *Berliner Osteuropa Info*, Schwerpunktthema: Transformationsprozesse in Osteuropa: Abweichung und Vielfalt in einer globalisierten Welt (16). S. 5-13.
- Murphy, Dean E. (1997a): A Slow Transition In Eastern Europe. *IPI Report* vom 1. Quartal 1997. S. 13-14.
- Murphy, Dean E. (1997b): Intuition for Freedom. *IPI Report* vom 4. Quartal 1997. S. 13-14.
- Murphy, Dean E. (1997b): Polish Media: Struggling for Control. *IPI Report* vom 4. Quartal 1997. S. 13-14.
- Musiałek, Grażyna (1995): Panorama pańska. Polscy biznesmeni kupują sobie dla prestiżu tytuły prasowe. *Cash* vom 21. Juli 1995. S. 16.
- Nasza* (1998a): Nasza Telewizja launches quietly. *Media & Marketing Poland* (1) vom 19. Januar 1998. S. 5.
- Nasza* (1998b): Nasza TV wystartowała. *SAT-Poland: News* vom 17. Januar 1998.
URL: www.sat-net.com/listserver/sat-poland/msg00102.html, Stand: 6. August 2002.
- New press* (1990): New press challenge in Poland. *Editor & Publisher* vom 14. April 1990. S. 16.
- New winds* (1996): New winds blowing at TVP? *Media and Marketing Poland* (6) vom 25. November 1996.
- News* (1997): News Freedom Worries In Poland. *TELE-satellit News* vom 11. August 1997. URL: www.sat-net.com/listserver/ts-news/msg00583.html, Stand: 14. Februar 1998.

- Nie ma* (2000): Nie ma prima aprilis. RTL 7 nie zamierza rezygnować z walki o polskiego widza. *press* (3) vom 15. März 2000. S. 18.
- Nie dopilnowała* (1998): Nie dopilnowała moralność. *Rzeczpospolita* vom 23. Mai 1998.
- Nielsen, Klaus/Jessop, Bob/Hausner, Jerzy (1995): Institutional change in Post-Socialism. In: Hausner, Jerzy/Jessop, Bob/Nielsen, Klaus (Hrsg.): Strategic choice and path-dependency in post-socialism: institutional dynamics in the transformation process. Hants/Brookfield. S. 3-44.
- Niemieckie* (1997): Niemieckie dyktando. Co stało się w „Dzienniku Bałtyckim“? *Dziennik Polski* vom 11. September 1997.
- Nieuczciwa* (1996): Nieuczciwa konkurencja – proces o tytuł trwa. *Życie Warszawy* vom 20. November 1996.
- Niewrzędowski, Artur (2000): Ruch rynkowy. Czy Ruch ugnie się naciskiem wydawców, czy będzie nadal dyktować warunki? *press* (1) vom 15. Januar 2000. S. 52
- Nijhuis, Ton (2000): So nah – so fern: Das Verhältnis von Staat und Zivilgesellschaft in den Niederlanden im Vergleich zu Deutschland. In: Hildermeier, Manfred/Kocka, Jürgen/Conrad, Christoph (Hrsg.): Europäische Zivilgesellschaft in Ost und West. Begriff, Geschichte, Chancen. Frankfurt/New York. S. 219-244.
- NIK* (1996): NIK o działalności Komisji Likwidacyjnej RSW „Prasa-Książka-Ruch“. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): Transformacja mediów (1989-1995). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXVI. Warszawa. S. 463-475.
- Norweger* (1996): Norweger wollen die „Rzeczpospolita“. Hersant gibt seine Anteile ab. *Handelsblatt* vom 24. Mai 1996. S. 14.
- Nowa, Jerzy Robert (1993): Czerwone media. Jak hołubiono komunistów. *Słowo* vom 25. Oktober 1993.
- Nowe* (1996): Nowe prawo prasowe dopiero w następnej kadencji? *Nowa Europa* vom 24.-25. August 1996.
- Nowe* (2000a): Nowe władze, stare problemy. VI Walne Zgromadzenie Izby Wydawców Prasy. *press* (5) vom 15. Mai 2000. S. 6.
- Nowe* (2000b): Nowe na rynku. *press* (2) vom 15. Februar 2000. S. 12.
- Nowelizacja* (1989): Nowelizacja ustawy o cenzurze. Ograniczenie katalogu zakazów. *Życie Warszawy* vom 18. Mai 1989.
- Nowicka, Dorota/Michejda, Adam (1997): Redaktorzy przed sądem. *Życie Warszawy* vom 1. Januar 1997. S. 1 u. 3.
- Nowinska, Ewa (1998): Uwagi o prawie prasowym. *Forum dziennikarzy* (2) vom Februar 1998. S. 9-11.
- Oberländer, Erwin (Hrsg.) (1993): Polen nach dem Kommunismus. Stuttgart.
- O etyce* (1998): O etyce w mediach. *Forum dziennikarzy* (10/11) vom November 1998. S. 6.
- Offe, Claus (1994): Der Tunnel am Ende des Lichts. Frankfurt a. M./New York.
- Offe, Claus (1997): Varieties of Transition: East European and East German experience. MIT Press Edition. Cambridge, MS.
- Okrągły* (1989a): Okrągły stół. Część I. *Zeszyty Dokumentacyjne*. (Herausgegeben von der Polnischen Presse-Agentur PAP) (7-8/260-261).
- Okrągły* (1989b): Okrągły stół. Część II. *Zeszyty Dokumentacyjne*. (Herausgegeben von der Polnischen Presse-Agentur PAP) (9-10/262-263).

- Olbrot, Agnieszka (2000): Bez białych plam. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Olczyk, Eliza/Wróbel, Renata (1996): Stare wrogiem nowego. *Rzeczpospolita* vom 23. August 1996.
- Olczyk, Eliza/Pilczyński, Jerzy (1998): Media podzieliły koalicję. *Rzeczpospolita* vom 24. Juli 1998.
- Olędzki, Jerzy (Hrsg.) (1991): Polskie media w okresie przemian. Warszawa.
- Olechnik, Kszysztof (2001): Utopia Rydzyka. *Wprost* vom 8. April 2001. S. 36-37.
- Olechnik, Zbigniew L. (1999): Katolicka agencja informacyjna. *Forum dziennikarzy* (3) vom März 1999. S. 14-15.
- Oljasz, Tomasz (1998a): Back to the Drawing Board. *The Warsaw Voice* vom 12. Juli 1998.
- Oljasz, Tomasz (1998b): Remote Out of Control. Political mud slinging over the small screen gets dirty. *The Warsaw Voice* (45) vom 8. November 1998.
- Oljasz, Tomasz (1998c): Wet Behind the Ears, Wise Beyond Their Years. *The Warsaw Voice* vom 29. März 1998.
- Oljasz, Tomasz (1998c): And the Winner Is ...?. *The Warsaw Voice* vom 3. Oktober 1999.
- Olson, Scott R. (1995): New Democratic Vistas: Demassification and the Polish Media. In: Casmir, Fred L. (Hrsg.): Communication in Eastern Europe: the role of history, culture, and media in contemporary conflicts. Mahwah, N. J. S. 163-166.
- O'Neil, Patrick (Hrsg.) (1997): Post-Communism and the Media in Eastern Europe. London/Portland, Or.
- Oniszczyk, Zbigniew (1997a): Kapitał niemiecki w polskich mediach. Polityczne implikacje tego zjawiska. In: Dobrowolski, Piotr (Hrsg.): Stosunki polsko-niemieckie w okresie przemian ustrojowych. Katowice. S. 70-83.
- Oniszczyk, Zbigniew (1997b): Zur Restrukturierung der Presselandschaft in Polen seit 1989. In: Mühle, Eduard (Hrsg.): Vom Instrument der Partei zur „Vierten Gewalt“: die osteuropäische Presse als zeithistorische Quelle. Marburg. S. 161-168.
- Oniszczyk, Zbigniew (1998): Ekspansja kapitału niemieckiego na rynku prasowym Węgier, Polski i Czech. *Zeszyty Prasoznawcze* (1-2). S. 93-103.
- Opposition (1999): Opposition says government trying to control media. *Post-Soviet Media Law & Policy Newsletter* (52-53) vom 15. Februar 1999.
URL: www.vii.org.monroe/issue52_53/poland.htm, Stand: 2. Juli 2002.
- Opracowano* (1990): Opracowano już plan przekształceń RSW „Prasa-Książka-Ruch“. *Życie Warszawy* vom 4. Oktober 1990.
- Orliński, Wojciech (1996): Pluralizm Kalego. *Wiadomości Kulturalne* (32) vom 11. August 1996. S. 19.
- Østergaard, Bernt Stubbe (1997): The Media in Western Europe. The Euromedia Handbook. Second Edition. London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Paczka, Jerzy (1999): Przyjaciele mediów. Przed radami nadzorczymi ich członkowie odbierają telefony z instrukcjami jak głosować. Rozmowa z Andrzejem Długoszem, nowym przewodniczącym Rady Nadzorczej Polskiego Radia SA i członkiem Rady Nadzorczej TVP SA. *press* (7) vom 15. Juli 1999. S. 14.
- Paczkowski, Andrzej (1997): Zur politischen Geschichte der Presse in der Volksrepublik Polen (1944-1989). In: Mühle, Eduard (Hrsg.): Vom Instrument der Partei zur „Vierten Gewalt“: die osteuropäische Presse als zeithistorische Quelle. Marburg. S. 25-46.

- Paletz, David/Jakubowicz, Karol/Novosel, Pavao (Hrsg.) (1995): *Glasnost and After. Media and Change in Central and Eastern Europe*. Cresskill, N.J.
- Partyjne* (2000): *Partyjne radio publiczne? press* (1) vom 15. Januar 2000. S. 4
- Patalas, Jacek (2000): Konkurrent upadł. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Patula, Andrzej (1993): W czyich rękach prasa? *Czas Krakowski* vom 8. September 1993. S. 7.
- Pawlak, Wojciech (1998): Spór o zmiany. *Rzeczpospolita* vom 11. März 1998.
- Pawłowicz, Krystyna (1994): Status prawny Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): *Dylematy transformacji prasy polskiej (1989-1993). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa*. Band XXIV. Warszawa. S. 48-51.
- Perlez, Jane (1993): Paper's fare Adds the Spice of Life to Politics and the Poles Devour It. *New York Times* vom 5. Juni 1993.
- Peter, Grazyna-Maria (1990): Pressefreiheit und Presserecht in Polen. *Diskurs* (4). S. 306-312.
- Piątek, Stanisław (1996): Das Rundfunksystem Polens. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1996/97*. S. 180/184.
- Piątek, Stanisław (1998a): A Minimal Share of European Productions – A Clarification. *The Bulletin of The National Broadcasting Council* (4). S. 8.
- Piątek, Stanisław (1998b): Das Rundfunksystem Polens. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1998/99*. S. 465- 469.
- Piątek, Stanisław (2000): Das Rundfunksystem Polens. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 2000/2001*. S. 511-516.
- Piekło, Jan (2002): The Polish media landscape. *European Journalism Center Online*, European media landscape: Poland.
URL: <http://www.ejc.nl/jr/emland/poland.html>, Stand: 5. April 2002.
- Pieniądze* (1996): Pieniądze za ekranem. *Rzeczpospolita* vom 17. Oktober 1996.
- Pierwsi* (1996): Pierwsi zintergrowani. Izba Wydawców Prasy. *Rzeczpospolita* vom 17. Mai 1996.
- Pietraszczyk, Maciej (1996): Od buntu do koncernu. Historia „Super Expressu”. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): *Transformacja mediów (1989-1995). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa*. Band XXVI. Warszawa. S. 216-228.
- Pisarek, Walery (1999): Kontinuität und Wandel auf dem Tageszeitungsmarkt. In: Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin. S. 129-146.
- Pitzer, Sissi (1994): „... wir sind auf gutem Wege“. Ein epd-Interview mit dem polnischen Medienexperten Karol Jakubowicz. *epd/Kirche und Rundfunk* (74) vom 21. September 1994. S. 7-10.
- Piwowar, Bogusław (1998): Present and Future of the Advertising Market. *The Bulletin of The National Broadcasting Council* (4). S. 2. u. 8.
- Planeta, Paweł (2002): Media and Communication Landscape in Poland. An Overview. Arbeitshefte Internationaler Journalismus/Working Papers in International Journalism. Herausgegeben von Gerd G. Kopper. Bochum.
- Planete* (1997): Planete – nowy kanał dokumentalny w Polsce. *SAT-Poland: Information Service* vom 11. 1. 1997.
URL: www.sat-net.com/listserver/sat-poland/msg00006.html, Stand: 7. August 2002.

- Plany* (1997): Plany zwerifikowane. *Rzeczpospolita* vom 17. Januar 1997.
- Plus* (2002): Plus inwestor. *Gazeta Wyborcza* vom 13.-14. Juli 2002.
- Podgórska, Joanna (1997): Po „Słowie“? Czy katolicki dziennik zniknie z rynku prasowego? *Polityka* (3) vom 18. Januar 1997. S. 24-35.
- Podgórski, Maciej (2000): Konkurencja parami. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Podkowiński* (1990): Podkowiński krytykuje Komisję Likwidacyjną RSW. *Życie Warszawy* vom 23. August 1990.
- Pokładecka, Zofia (2000): Kompatybilni. Pisma komputerowe specjalizują się lub poszerzają tematykę. *press* (4) vom 15. April 2000. S. 67-72.
- Pokładecka, Zofia/Zmyślony, Tomasz (2000): Dzienniki regionalne w liczbach. *press* (8) vom 15. August 2000. S. 52-68.
- Pokorna-Ignatowicz, Katarzyna (1999): Czasopisma w latach 1989-1999. In: Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań. S. 75-92.
- Poland* (1993a): Poland (Government and Press). *IPI Report* (12) vom Dezember 1993. S. 48.
- Poland* (1993b): Poland. *Media Com: Central and Eastern Europe* (3) vom November 1993. S. 7-9.
- Poland* (1994a): Poland. *MediaCom: Central and Eastern Europe* (1) vom März 1994. S. 9-11.
- Poland* (1994b): Poland. In: Weiner, Robert (Hrsg.): Change in Eastern Europe. Westport, CT. S. 73-88.
- Poland* (1995): Poland. *CFJ Clearinghouse on Central & East European Press* (19) vom Juni 1995. S. 261-262.
- Poland* (1996a): Poland. *CFJ Clearinghouse on Central & East European Press* (23) vom Mai 1996. S. 349-350.
- Poland* (1996b): Poland. *CFJ Clearinghouse on Central & East European Press* (24) vom August 1996. S. 364.
- Poland* (1996c): Poland. *CFJ Clearinghouse on Central & East European Press* (25) vom November 1996. S. 382-383.
- Poland* (1996d): Poland. Central European Television and Film 1996. London.
- Poland* (1996f): Poland. *Post Soviet Media Law & Policy Newsletter* (32) vom 5. September 1996.
URL: www.vii.org.monroe.issue32/europe.html#p, Stand 12. Februar 1998.
- Poland* (1997a): Poland. *CFJ Clearinghouse on Central & East European Press* (26) vom Februar 1997. S. 400-401.
- Poland* (1997b): Poland. *CFJ Clearinghouse on Central & East European Press* (29) vom Oktober 1997. S. 458.
- Poland* (1997c): Poland. In: The Media Map of Eastern Europe 1997. European media markets and players. Mai 1997. Exeter. S. 117-127.
- Poland* (1997d): Poland. *Post Soviet Media Law & Policy Newsletter* (36) vom 20. April 1997.
URL: www.vii.org.monroe.issue36/europe.html, Stand 12. Februar 1998.
- Poland* (1998a): Poland. *European Advertising & Media Yearbook* S. 196-197.
- Poland* (1998b): Poland. Country Report. (Herausgegeben von The Economist Intelligence Unit). 1. Quartal 1998.
- Poland* (1999a): Poland clears bill to liberalise TV company ownership. *EJC Media News* vom 20. Oktober 1999.

- Poland* (1999b): Poland plans to take politics out of television. *EJC Media News* vom 23. November 1999.
- Poland* (1996c): Poland. *Post Soviet Media Law & Policy Newsletter* (56) vom 15. Juli 1996.
URL: www.vii.org.monroe.issue56/poland.htm, Stand 2. Juli 2002.
- Poland* (2001): Poland. *The Global Network/Le Réseau Global* (15-16). S. 85-112.
- Polen* (1994): Polen schließt „Piratensender“ – insgesamt 13 Betreiber betroffen. *dpa-informationen* (34) vom 1. September 1994. S. 18.
- Polen* (1997): Polen: Im April ein digitales Programmpaket für die Polen: „Wizja TV“. *epd/Kirche und Rundfunk* (75) vom 27. September 1997. S. 20-21.
- Polen* (1998): Polen: Neue Chefs für Radio und Fernsehen. *FUNK-Korrespondenz* (35) vom 28. August 1998. S. 20-21.
- Polens* (1994a): Polens erste private Fernsehgesellschaft nahm Betrieb auf. *dpa-informationen* (10) vom 10. März 1994. S. 17.
- Polens* (1994b): Polens Rundfunkrat stellt sich hinter Privatsender POLSAT. *dpa-informationen* (32) vom 11. August 1994. S. 19.
- Polens* (2000): Polens Liberale erklären Ende der Koalition. *Süddeutsche Zeitung* vom 7. Juni 2000. S. 8.
- Polewska, Monika (1998): Nie rzucim „Głosu“. Rozmowa z Markiem Marianem Przybylskim, prezesem zarządu Oficyny Wydawniczej Głos Wielkopolski. *press* (10) vom 15. Oktober 1998. S. 60.
- Polish* (1999a): Polish solidarity leader criticises state media. *EJC Media News* vom 11. Juni 1999.
- Polish* (1999b): Polish TV news chief quits over political pressure. *EJC Media News* vom 31. August 1999.
- Polnische* (1994): Polnische Verleger besorgt über Konkurrenz deutscher Frauenblätter. *dpa-informationen* (36) vom 8. September 1994. S. 16.
- Polsat* (1997): Polsat lepszy od Jedynki. *Gazeta Wyborcza* vom 27. Oktober 1997.
- Polskie* (2000): Polskie Badania Czytelnictwa. *press* (7) vom 15. Juli 2000. S. 92.
- Południk, Elżbieta (2000): Beniaminek z oglądalnością. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Prasa* (1993): Prasa jako kontrola władzy. Polityka informacyjna w Polsce na tle doświadczeń w Europie: wyniki międzynarodowej Konferencji „Od Kontroli Prasy do Kontroli Władzy“ zorganizowanej 12-13 czerwca 1993 r. w Warszawie przez Rzeczpospolitą, Fundacje im. Friedricha Eberta, Biuro Prasowe Rządu, Komitet Polski UNESCO. Warszawa.
- Prasa* (2002): Prasa komputerowa i telekomunikacja w Polsce. *Press* (4) vom 15. April 2002. S. 74-77.
- Prawo* (1984a): Prawo prasowe. Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. *Dziennik Ustaw* (5) vom 7. Februar 1984. Position 24.
- Prawo* (1984b): Prawo prasowe. Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. *Dziennik Ustaw* (5) vom 7. Februar 1984. Position 24. *Mit folgender Ergänzung*: Ustawa z 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej. *Dziennik Ustaw* (41) vom 28. Dezember 1988. Position 324.
- Prawo* (1984c): Prawo prasowe. Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. *Dziennik Ustaw* (5) vom 7. Februar 1984. Position 24. *Mit folgender Ergänzung*: Ustawa z 30 maja 1989 r. o zmianie ustawy – Prawo prasowe. *Dziennik Ustaw* (34) vom 6. Juni 1989. Position 187.

Prawo (1984d): Prawo prasowe. Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. *Dziennik Ustaw* (5) vom 7. Februar 1984. Position 24. *Mit folgender Ergänzung*: Ustawa z 11 kwietnia 1990 r. o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz zmianie ustawy - Prawo prasowe. *Dziennik Ustaw* (29) vom 7. Mai 1990. Position 173.

Prawo (1984e): Prawo prasowe. Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. *Dziennik Ustaw* (5) vom 7. Februar 1984. Position 24. *Mit folgender Ergänzung*: Ustawa z 28 września 1991 r. o kontroli skarbowej. *Dziennik* (100) vom 6. November 1991. Position 442.

Prawo (1984f): Prawo prasowe. Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. *Dziennik Ustaw* (5) vom 7. Februar 1984. Position 24. *Mit folgender Ergänzung*: Ustawa z 23 sierpnia 1996 r. o zmianie ustawy – Kodeks cywilny. *Dziennik Ustaw* (114) vom 26. September 1996. Position 542.

Prawo (1984g): Prawo prasowe. Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. *Dziennik Ustaw* (5) vom 7. Februar 1984. Position 24. *Mit folgender Ergänzung*: Ustawa z 6 czerwca 1997 r. - Przepisy wprowadzające Kodeks karny. *Dziennik Ustaw* (88) vom 2. August 1997. Position 554.

Prawo (1984h): Prawo prasowe. Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. *Dziennik Ustaw* (5) vom 7. Februar 1984. Position 24. *Mit folgender Ergänzung*: Ustawa z 20 sierpnia 1997 r. - Przepisy wprowadzające ustawę o Krajowym Rejestrze Sądowym. *Dziennik Ustaw* (88) vom 7. Oktober 1997. Position 770.

Prawo (1984i): Prawo prasowe. Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. *Dziennik Ustaw* (5) vom 7. Februar 1984. Position 24. *Mit folgender Ergänzung*: Ustawa z 7 października 1999 r. o języku polskim. *Dziennik Ustaw* (90) vom 8. November 1999. Position 999.

Prawo (1984j): Prawo prasowe. Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. *Dziennik Ustaw* (5) vom 7. Februar 1984. Position 24. *Mit folgender Ergänzung*: Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej. *Dziennik Ustaw* (112) vom 8. Oktober 1999. Position 1198.

Prawo (1999): Prawo prasowe stan prawny w marcu 1999. Beilage zu *press* (4) 1999. ISSN 1425-98-18.

Premier (1990): Premier powołał komisję likwidacyjną RSW. *Rzeczpospolita* vom 6. April 1990.

Premiery (1998): Premiery 98. *press* (22) vom 15. Dezember 1998. S. 56-65.

Press (1996): Press Track '96. *press* (7) vom 15. August 1996. S. 50.

Propozycja (1997/98): Propozycja Nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji. *Forum dziennikarzy* (6/1) vom Dezember 1997/Januar 1998. S. 13.

Prószyński, Mieczysław (1996): 50 milionów czytelników czasopism. *Rzeczpospolita* vom 20. Dezember 1996.

Prywatni (1991): Prywatni Radiodawcy liczą na pomoc prezydenta Wałęsy. *Biuletyn Informacyjny PAP* vom 20. November 1991, Position 99 u. 100.

Prywatyzacja (1990): Prywatyzacja RSW przesadzona. Akceptacja rządu dla projektu Komisji Likwidacyjnej. *Życie Warszawy* vom 31. Oktober 1990. S. 1 u. 2.

Przedrzyńska, Małgorzata (2000): Co z koncesjami Radiowymi? *tele@top* vom November 2000. S. 46.

Przedrzyńska, Małgorzata (2001): Jaki Puls ma Puls? *tele@top* vom Februar 2001. S.

Przegląd (1998): Przegląd pism kulinarnych. *press* (10) vom 15. Oktober 1998. S. 40.

Przegląd (1999): Przegląd tygodników regionalnych. *press* (8) vom 15. August 1999. S. 68-69.

Przegląd (2000): Przegląd tygodników lokalnych. *press* (8) vom 15. August 2000. S. 69-72.

- Puch, Przemysław (1995): Zygmunt Solorz. *Magazyn Gazety*, Beilage von *Gazeta Wyborcza* vom 17. März 1995. S. 5.
- Pursch, Günter (1995): Die Pressefreiheit im Postkommunismus. *Parlament* (52-53) vom 22./29. Dezember 1995.
- Quaisser, Wolfgang (2001): Wirtschaftssystem und Wirtschaftspolitik. In: *Informationen zur Politischen Bildung*: Polen. (273), 4. Quartal 2001. S. 24-33.
- Rabiej, Paweł (1996a): Konstelacja Polsat. *Gazeta Bankowa* vom 11. August 1996. S. 1 u. 23.
- Rabiej, Paweł (1996b): Instytucja na rozdrożu. System kolegialnych obrad KRRiT wyraźnie się zużył. Z Bolesławem Sulikiem, przewodniczącym Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, rozmawia Paweł Rabiej. *press* (7) vom 15. August 1996. S. 25-25.
- Rabiej, Paweł (1996c): Wyścig do koncesji. Niejane przepisy prowokują do handlu telewizyjnymi koncesjami. *Gazeta Bankowa* vom 21. April 1996. S. 23.
- Rachtan, Piotr (1999): Prasa niezależna 1944-1989. In: *Media w Polsce w XX Wieku*. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań. S. 49-55.
- Radio (2000a): Radio Track. *press* (12) vom 15. Dezember 2000. S. 104.
- Radio (2000b): Radio. *The Warsaw Voice – Media Voice* (2) vom Mai/Juni 2000.
URL: www.warsawvoice.pl/v608/Media05.htm, Stand: 9. August 2002.
- Radio (2001): Radio Track. *press* (12) vom 15. Dezember 2001. S. 96.
- Radzyner, Joana (1994): Auf halbem Weg. Polens europäische Integration. *Europäische Rundschau*, Vierteljahresschrift für Politik, Wirtschaft und Zeitgeschichte (1), Winter 1994. S. 33-38.
- Rakowicz, Grażyna (2000): Dobra sprzedaż, trudny rynek. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Ratajczyk, Dariusz (1996): Dispute Over Stock. *The Warsaw Voice* vom 31. Mai 1996.
- Rawski, Witold (1999a): Mistrzowe sprzedaży. *press* (6) vom 15. Juni 1999. S. 24.
- Rawski, Witold (1999b): Ranking najlepiej sprzedawanych pism w Polsce. *press* (3) vom 15. März 1999. S. 20.
- Redaktionelle (1999): Redaktionelle Unabhängigkeit und Eigentumsverhältnisse in den Printmedien in Polen und Deutschland. Konferenz in Breslau 26.-28. 6. 1998. Dokumentation. *Transodra* vom Februar 1999. S. 59-122.
- Regelmäßiger (2000): Regelmäßiger Bericht 2000 der Kommission über die Fortschritte Polens. Herausgegeben von der Europäischen Kommission am 8. November 2000. Brüssel.
URL: europa.eu.int./comm/enlargement/report_11_00/pdf.de/pl_de.pdf, Stand 15. Juli 2002.
- Regelmäßiger (2001): Regelmäßiger Bericht 2001 der Kommission über die Fortschritte Polens. Herausgegeben von der Europäischen Kommission am 13. November 2001. Brüssel.
URL: europa.eu.int./comm/enlargement/report2001.pl_de.pdf, Stand 15. Juli 2002.
- Rekordy (1999): Rekordy zwrotów prasy. *press* (8) vom 15. August 1998. S. 14.
- Reszka, Paweł (1994): Prezydent odwołuje, Rada się nie zgadza. *Rzeczpospolita* vom 24. September 1994.
- Révész, Laszlo (1977): Die uniforme Presse in Osteuropa. Eine vergleichende presserechtliche Studie. Freiburg.
- Rhode, Gotthold (1980): Geschichte Polens. Darmstadt.
- Rogala, Jan (1990): W obronie wolności słowa. Rozmowa z dr. hab. Andrzejem Notkowskim, doradcą ministra w Biurze Prasowym Rządu. *Rzeczpospolita* vom 23. März 1990. S. 3.

- Rogerson, Ken (1997): The Role Of The Media In Transitions From Authoritarian Political Systems: Russia And Poland Since The Fall Of Communism. *East European Quarterly* (3) vom September 1997. S. 329-353.
- Roguski, Tomasz (1990a): Burza wokół likwidacji RSW. *Rzeczpospolita* vom 19. Oktober 1990. S. 3.
- Roguski, Tomasz (1990b): Dla spółdzielni, na przetarg. Plan przekształceń RSW. *Rzeczpospolita* vom 20. Oktober 1990.
- Roguski, Tomasz (1990c): Kolejka po „Życie“ i „Express“. *Rzeczpospolita* vom 10. Dezember 1990. S. 1 u. 2.
- Roguski, Tomasz (1990d): Ratuj się kto może. *Rzeczpospolita* vom 5.-6. Mai 1990.
- Roguski, Tomasz (1990e): Likwidacja RSW: Decyzja polityczna. Wypowiedź Jerzego Drygalskiego dla „Rzeczpospolitej“. *Rzeczpospolita* vom 11. Juli 1990.
- Roguski, Tomasz (1991a): Decyzja za dwa tygodnie. Przetarg na „Życie Warszawy“. *Rzeczpospolita* vom 6.-7. April 1991. S. 2.
- Roguski, Tomasz (1991b): Kto poniesie „Sztandar“?. Przetarg na „Życie Warszawy“. *Rzeczpospolita* vom 1. Februar 1991.
- Roguski, Tomasz (1991c): Liczy się tylko dwóch? Dla kogo „Życie Warszawy“. *Rzeczpospolita* vom 16. April 1991. S. 1 u. 2.
- Roguski, Tomasz (1991d): Niezależność i ekonomia. Echo przetargów prasowych. *Rzeczpospolita* vom 20.-21. April 1991. S. 2.
- Roguski, Tomasz (1991e): RSW: Spółdzielnie atakują. *Rzeczpospolita* vom 14. Januar 1991. S. 3.
- Roguski, Tomasz (1991f): Wyważenie interesów. Z Kazimierzem Strzyczkowskim, przewodniczącym Komisji Likwidacyjnej RWS, rozmawia Tomasz Roguski. *Rzeczpospolita* vom 5.-6. Januar 1991. S. 1 u. 2.
- Romaniec, Rozalia (1999): Das deutsche Kapital in der polnischen Presse. Zehn Jahre Bilanz (1989-1999). Diplomarbeit, Universität Dortmund. Unveröffentlicht.
- Romanowicz, Jacek (2001): Walet z rękawa. *press* (11) vom 15. November 2001. S. 62-64.
- Roos, Hans (1986): Geschichte der Polnischen Nation (1918 – 1985). Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz. 4. überarbeitete und erweiterte Auflage.
- Rose, Amanda (1999): Extraordinary politics in the Polish transition. *Communist and Post-Communist Studies* (2). S. 195-210.
- Roser, Thomas (2001a): Europa-Skepsis eint die polnischen Polit-Populisten. *Frankfurter Rundschau* vom 1. Oktober 2001. S. 2.
- Roser, Thomas (2001b): An der Weichsel beginnt das Buhlen um Inserenten. *Frankfurter Rundschau* vom 19. September 2001. S. 23.
- Roser, Thomas (2002): Wem gehört die „Republik“?. *Frankfurter Rundschau* vom 12. Dezember 2002. S. 21.
- Rosińska, Inga (1996): Wielka gra. Spór o telewizję publiczną poza kwestiami politycznymi i personalnymi ma również aspekt finansowy. *Czas Krakowski* vom 17. März 1996. S. 5.
- Rostkowski, Dariusz (1999): Nasza nie wasza. Nasza TV nie upadnie, chociaż każde krzesło i biurko w jej siedzibie są obciążone długami. *press* (8) vom 15. August 1998. S. 48-49.

- Rothe, Ilonka (2001): Zeitschriftenland Polen. Deutsche Verlage sind führend im Pressemarkt/Werbegeschenke erhöhen die Auflage. *Der Tagesspiegel* vom 7. Mai 2001. S. 31.
- Rowicki, Jerzy (1994): Czarne i białe. *Krytyka*, Kwartalnik Polityczny (43). S. 15-20.
- Różne* (1998): Różne kompromisy. *Rzeczpospolita* vom 22. Mai 1998.
- Rozporządzenie* (1993a): Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 2. czerwca 1993 r. w sprawie zawartości wniosku oraz szczegółowego trybu postępowania w sprawach udzielania i cofania koncesji na rozpowszechnianie programów radiofonicznych i telewizyjnych. *Dziennik Ustaw* (93.52.244) vom 23. Juni 1993.
- Rozporządzenie* (1993b): Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 13. sierpnia 1993 r. w sprawie szczegółowych zasad rejestracji prowadzenia rozprowadzania programów w sieciach kablowych, wzoru rejestru i opłat za wpis do rejestrów. *Dziennik Ustaw* (93.79.375) vom 28. August 1993.
- Rozporządzenie* (1994): Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 13 maja 1994 r. w sprawie trybu postępowania w związku z przedstawianiem w programach publicznej radiofonii i telewizji stanowisk partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców w węzłowych sprawach publicznych. *Dziennik Ustaw* (94.74.335).
- Rozporządzenie* (1995): Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 7 listopada 1995 r. w sprawie trybu udostępnienia prasie informacji oraz organizacji i zadań rzeczników prasowych w urzędach organów administracji rządowej. *Dziennik Ustaw* (132). Position 641 u. 642.
- Rozporządzenie* (1996): Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 27. czerwca 1996 r. w sprawie opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych. *Dziennik Ustaw* (82). Position 383.
- Rożyński, Paweł (1996): Na prawatnej fali. *Gazeta Wyborcza* vom 9. Dezember 1996.
- RSW do* (1990): RSW do likwidacji. Komu gazety? *Życie Warszawy* vom 20. März 1990.
- RSW zlikwidowana* (1990): RSW zlikwidowana. *Trybuna* vom 23. März 1990. S. 1.
- RTL* (1996): RTL 7 to beam in beginning Dec. 7. *Media & Marketing Poland* (5).
URL: www.media.com.pl/archive/issue005/television.html, Stand: 4. November 1997.
- Ruch* (1997): Ruch w (bez)ruchu. (Interview mit Yves Bonneaud, Leiter Hachette Distribution Polen). *Sztandar* vom 20. Januar 1997. S. 7.
- Rudzki, Piotr (2001): Korporacje, Przedsiębiorstwa. *Rzeczpospolita* vom 23. Mai 2001.
- Ruling* (1998): Ruling coalition opposes registration of new radio board. *Post-Soviet Media Law & Policy Newsletter* (47) vom 15. Juni 1998.
URL: www.vii.org.monroe/issue47/europe.html, Stand: 2. Juli 2002.
- Rupnik, Jacques (1999/2000): Landschaft nach der Schlacht. Zu einer Typologie der postkommunistischen Übergänge. *Transit – Europäische Revue* (18). S. 54-66.
- Ryciak, Dariusz (1996): The Widening Word From the Sponsors. *The Warsaw Voice* vom 12. Mai 1996.
- Ryk, Andrzej (2000): Walka o czytelników i ... reklamodawców. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Rydlewski, Grzegorz (1993): Spór o wartości chrześcijańskie. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): Kontrowersje wokół transformacji prasy polskiej (1989-1992). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXIII. Warszawa. S. 22-32.

- Ryszka, Franciszek (1996): Permanentna transformacja mediów. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): Transformacja mediów (1989-1995). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXVI. Warszawa. S. 41-42.
- Rząd* (1997): Rząd chce wpływać na TVP. *Rzeczpospolita* vom 5. Februar 1997.
- Rzeczpospolita* (1998): „Rzeczpospolita“ – wiedzieć więcej. *Forum dziennikarzy* (10-11) vom Oktober/November 1998. S. 14-15.
- Sabbat-Swidlicka, Anna (1992): Poland. *RFE/RL Research Report* (39) vom 2. Oktober 1992. S. 47-52.
- Sabbat-Swidlicka, Anna (1994): The travails of independent broadcasting in Poland. *RFE/RL Research Report* (10) vom 11. März 1994. S. 40-51.
- Sadecki, Jerzy (1996): Na sprzedaż czy do zwrotu. Drukarnie w Krakowie i w Gdańsku. *Rzeczpospolita* vom 16. August 1996.
- Sadecki, Jerzy (2000): „Dziennik” i inni. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Sadowska, Iwona (1997): W telewizyjnej pajęczynie. *Fakty* (38) vom 12. November 1997. S. 66-69.
- Sadura, Ewa (1996): Polacy nie czują interesu? Zagraniczny kapitał na rynku prasowym. *Trybuna* vom 10.-11. August 1996. S. 9.
- Sadurski, Wojciech (1996a): Bat na prasę. *Rzeczpospolita* vom 5. Februar 1996.
- Sadurski, Wojciech (1996): Freedom of the Press in Postcommunist Poland. *East European politics and societies* (3). S. 439-456.
- Salmonowicz, Witold (1989): Porozumienia okrągłego Stołu. Warszawa 6 luty - 5 kwietnia 1989 r. (Herausgegeben von NSZZ „Solidarność“ Region Warmińsko-Mazurski). Olsztyn.
- Sander, Jan (1994): Co słycać w eterze. *Słowo* vom 2.-4. September 1994. S. 6.
- Sander, Jan (1995): Prasa na wolnym rynku. *Słowo* vom 13. Januar 1995.
- Sarzynski, Piotr (1998): Słowo na ładzie. Ranking wydawnictw polskich. *Polityka* (20) vom 16. Mai 1998. S. 50-53.
- Sasińska-Klas (1999): Die polnische Gesellschaft in der Transformation – Dilemmas des Übergangs von einer monozentrischen Gesellschaftsordnung zur Demokratie. In: Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.): Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996. Berlin. S. 15-28.
- Są czystki* (1990): Są czystki – nie ma czystek? Drygalski odpowiada Podkowińskiemu. *Trybuna* vom 16. Juni 1990.
- Schick, Peter (1996): Mit Handkuß & Ellenbogen. Mediaplanung in Osteuropa: Einblicke in Alltag und Eigentümlichkeiten am Beispiel Polen. *Media Spectrum* (12). S. 18-19 u. 22-23.
- Schlesinger, Philip (1995): Foreword. In: Giorgi, Liana (1995): Post-Socialist Media: What Power the West? The Changing Landscape in Poland, Hungary and Czech Republic. Avebury. S. vii-viii.
- Schlussfolgerungen (2002): Schlussfolgerungen des Vorsitzes. Europäischer Rat (Kopenhagen). 12. und 13. Dezember 2002. URL: ue.eu.int/pressData/de/ec/73778.pdf, Stand: 18. Dezember 2002.
- Schramm, Wilbur (1976): The Soviet Communist Theorie. In: Siebert, Fred S./Peterson, Theodore/Schramm, Wilbur (Hrsg.): Four Theories of the Press. Urbana, Chicago, London. 10. Auflage. S. 105-146.
- Siebert, Fred S. (1976): The Libertarian Theory. In: Siebert, Fred S./Peterson, Theodore/Schramm, Wilbur (Hrsg.): Four Theories of the Press. Urbana, Chicago, London. 10. Auflage. S. 39-71.

- Siebert, Fred S./Peterson, Theodore/Schramm, Wilbur (Hrsg.) (1976): *Four Theories of the Press*. Urbana, Chicago, London. 10. Auflage.
- Siechniewicz, Tomasz (1999): Prasa z zaślepką. Parakdoxalnie, zliberalizowanie kodeksu zaostrzyło wymagania wobec wydawców. *press* (6) vom 15. Juni 1999. S. 32-34.
- Sieczkowski, Grzegorz (1996a): Inicjatywa w rękach dziennikarzy. *Rzeczpospolita* vom 27. November 1996.
- Sieczkowski, Grzegorz (1996b): System mozaikowy. *Rzeczpospolita* vom 2. Februar 1996.
- Sieczkowski, Grzegorz (1996c): Uwikłana w różne procesy. *Rzeczpospolita* vom 29. November 1996.
- Siehl, Elke (1997): Pfadabhängigkeit und Privatisierung in Osteuropa. Die institutionenökonomische Perspektive. Arbeitshefte des Osteuropa-Instituts der Freien Universität Berlin. Arbeitsschwerpunkt Politik, 10/1997.
- Sieniutycz, Tomasz (1997): Początek ery telewizji cyfrowej. *Rzeczpospolita* vom 31. Dezember 1997.
- Sieniutycz, Tomasz (2000): Czy telewizja publiczna traci. *Rzeczpospolita* vom 8. Mai 2000.
- Simpson, Peggy/Nadler, John (1996): Titles to work with. *M & M Central Europe*, Winter 1996. S. 17.
- Simpson, Peggy (1997): Measures of success. *M & M Central Europe*, Frühjahr 1997. S. 10.
- Simpson, Peggy (1997): A polished performance. *M & M Central Europe*, Herbst 1997. S. 14.
- Simpson, Peggy (1998): Teething troubles. *M & M Central Europe* vom Februar 1998. S. 38-41.
- Skalski, Ernest (1997/98): Niezależność prasy opłaca się politykom. *Forum dziennikarzy* (6/1) vom Dezember 1997/Januar 1998. S. 7.
- Skawinski, Maciej (1998): Telewizja RMF. Co się dzieje z TVN. *Rzeczpospolita* vom 14. September 1998.
- Skawrońska, Jolanta (1993): Cisza przed burzą? *Gazeta Wyborcza* vom 22. Juni 1993.
- Skórzyński, Piotr (1994): Smutna twarz mediów. *Lad* vom 23. Januar 1994. S. 1 u. 7.
- Skwierawski, Franciszek (1993): Satellitenfernsehen in Polen. *Rundfunk und Fernsehen* (2). S. 223-231.
- Słaby, Piotr (2002): Wadutki reklamowe w mediach podsumowanie roku 2001. (Power Point Präsentation des Vorsitzenden des auf die Werbebranche spezialisierten Unternehmens Expert-Monitor). URL: www.expert-monitor.pl/prezentacje/bin/start2.html, Stand: 14 Mai 2002.
- Słomkowska, Alina (Hrsg.) (1992a): Transformacja prasy polskiej. Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXII. Warszawa.
- Słomkowska, Alina (1992b): Słowo wstępne. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): Transformacja prasy polskiej. Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXII. Warszawa. S. 5.
- Słomkowska, Alina (Hrsg.) (1993a): Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXI. Warszawa.
- Słomkowska, Alina (Hrsg.) (1993b): Kontrowersje wokół transformacji prasy polskiej (1989-1992). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXIII. Warszawa.
- Słomkowska, Alina (Hrsg.) (1994): Dylematy transformacji prasy polskiej (1989-1993). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXIV. Warszawa.

Słomkowska, A. (Hrsg.) (1995): Pięćlecie transformacji mediów (1989-1994). Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa. Band XXV. Warszawa.

Słomkowska, Alina (Hrsg.) (1996a): Transformacja mediów (1989-1995). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXVI. Warszawa.

Słomkowska, Alina (1996b): Zmiany w mediach w roku poprzedzającym zniesienie cenzury. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): Transformacja mediów (1989-1995). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXVI. Warszawa.

Słowo (1997): „Słowo“ na skraju upadku. *Życie* vom 8. Januar 1997.

Sobczak, Jacek (1992): Prawo Prasowe. Komentarz. Warszawa/Poznań.

Sobczak, Wiesław (1999): Media w Polsce. Warszawa.

Sobiepanek, Sofia (1997a): Central Europe's Most Lucrative TV Market. International Copyright U.S. & Foreign Commercial Service and U.S. Department of State, 1997.

URL: www.mac.doc.gov/eebic/countryr/poland/market/tvmk, Stand: 5. November 1997.

Sobiepanek, Sofia (1997b): American and Polish Companies Launch New TV Station, TVN Network. International Copyright U.S. & Foreign Commercial Service and U.S. Department of State, 1997. URL:

www.mac.doc.gov/eebic/countryr/poland/market/tvn.htm, Stand: 5. November 1997.

Sobiepanek, Sofia (1997c): Industry Sector Analysis of Cable TV Programming. International Copyright U.S. & Foreign Commercial Service and U.S. Department of State, 1997. URL:

www.mac.doc.gov/eebic/countryr/poland/market/cable.htm, Stand: 5. September 1997.

Sobiepanek, Sofia (1998a): Foreign Investment in Media Market. International Copyright U.S. & Foreign Commercial Service and U.S. Department of State, 1998. URL: www.mac.doc.gov/eebic/countryr/poland/market/media.htm, Stand: 10. Februar 1998.

Sobiepanek, Sofia (1998b): New Regional TV Station was Launched. International Copyright U.S. & Foreign Commercial Service and U.S. Department of State, 1998. URL:

www.mac.doc.gov/eebic/countryr/poland/market/tv2.htm, Stand: 10. Januar 1998.

Solidarność (1998a): Solidarność kehrt zurück. Das siegreiche Sammelsurium Solidarność. *Politikinformation Online*, Informationsdienst der Abteilung Internationaler Dialog der Friedrich-Ebert-Stiftung. URL:

www.fes.de/organisation/europe/info/1997/pol5.html, Stand: 27. August 1998.

Solidarność (1998b): Solidarność kehrt zurück. Im Gegensatz zu 1993 spiegelt die Sitzverteilung das Stimmenverhältnis. *Politikinformation Online*, Informationsdienst der Abteilung Internationaler Dialog der Friedrich-Ebert-Stiftung.

URL: www.fes.de/organisation/europe/info/1997/poll.html, Stand: 27. August 1998.

Solidarność (1998c): Solidarność kehrt zurück. Die Regierungspartei SLD: ein geschlagener Gegner.

Politikinformation Online, Informationsdienst der Abteilung Internationaler Dialog der Friedrich-Ebert-Stiftung. URL: www.fes.de/organisation/europe/info/1997/pol3.html, Stand: 27. August 1998.

Solska, Joanna (2002): Słabnący puls. *Polityka* vom 27. Juli 2002. S. 58-59.

Sól, Zofia (1998): Transformacja czasopism kobiecych w Polsce (1989-1997). *Rocznik Historii Prasy Polskiej* (1-2). S.191- 217.

Soldan, Maciej (1995): Inwazja prasy kobiecej i bulwarowej. Polska prasa w obcych rękach – koncentracja kapitału niemieckiego. *Życie Warszawy* vom 29. Oktober 1995. S. 4.

- Sonczyk, Wiesław (1991): Transformacja Polskiego systemu prasowego – nadzieje i zagrożenia. In: Olędzki, Jerzy (Hrsg.): *Polskie media w okresie przemian*. Warszawa. S. 119-145.
- Sosnowska-Smogorzewska, Lidia (1996): More Broadcast from the Blue. *The Warsaw Voice* vom 7. Januar 1996.
- Sparks, Colin (1992): The Press, the Market and Democracy. *Journal of Communication* (1). S. 36-51.
- Sparks, Colin/Reading, Anna (1994): Understanding media change in East Central Europe. *Media, Culture & Society* (2) vom April 1994. S. 243-270.
- Sparks, Colin (1995): Introduction: The Emerging Media Systems of Post-communism. *javnost/the public: Broadcasting After Communism* (3). (Herausgegeben von Slavko Splichal). S. 7-18.
- Spiewak, Kuba (1996a): Newsmaker. *The Warsaw Voice* (16) vom 21. April 1996.
- Spiewak, Kuba (1996b): Chairman-Hopping at TVP. *The Warsaw Voice* (37) vom 15. September 1996.
- Spiewak, Pawel (2000): Politik und Demokratie in Polen heute. Eine Zwischenbilanz. *Transit – Europäische Revue* (20). S. 55-72.
- Splichal, Slavko (1994a): *Media Beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central Europe*. Boulder/San Francisco/Oxford.
- Splichal, Slavko (1994b): Civil Society and Media Democratization in East-Central Europe: Dilemmas in the Evolution of a New Model. In: Bibič, Adolf/Graziano, Gigi (Hrsg.): *Civil Society, political society, democracy*. Ljubljana. S. 305-324.
- Spółki* (1996): Spółki telewizyjne. TVN, Nasza Telewizja, Antena 1. *Rzeczpospolita* vom 25. Oktober 1996.
- Spółki* (2002): *Spółki w klinchu*. Trybuna vom 6.-7. Juli 2002.
- Spory* (1998): Spory o telewizję. *Forum dziennikarzy* (12) vom Dezember 1998. S. 6.
- Srubar, Ilja (1996): Probleme der europäischen Integration post-sozialistischer Länder Mittelost-Europas. In: Clausen, Lars (Hrsg.): *Gesellschaften im Umbruch. Verhandlungen des 27. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Halle an der Saale 1995*. Frankfurt a. M./New York. S. 675-686.
- Stafiej, Leszek (1999): Reklama radiowa. In: *Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku*. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań. S. 249-253.
- Stańczyk, Tomasz (1993): Dziesięciu kandydów do jednej koncesji. *Rzeczpospolita* vom 20. Dezember 1993. S. 17.
- Staniszkis, Jadwiga (1991): Dilemmata der Demokratie in Osteuropa. In: Deppe, Rainer/Dubiel, Helmut/Rödel, Ulrich (Hrsg.): *Demokratischer Umbruch in Osteuropa*. Frankfurt a. M. S. 326-347.
- Stankiewicz, Andrzej (1998): Strach przed obcym. *Rzeczpospolita* vom 21. Januar 1998.
- Stankiewicz, Michał (2000): Media w kłopotach. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Stark, David (1992): Path Dependence and Privatisation Strategies in East Central Europe. *East European politics and societies* (1). S. 17-54.
- Stark, David (1995): Das alte im Neuen. *Transit* (9). S. 65-77.
- State* (1994): State Secrets Law Defeated In Poland. *CFJ Clearinghouse on Central & East European Press* (16) vom November 1994. S. 232.

- Statistisches (1995): Statistisches Jahrbuch 1994/95. Filmindustrie, Fernsehen, Video und neue Medien in Europa. Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Council of Europe).
- Stempień, Joanna (1997a): Bez parasola. *Media Polska* (10) vom Oktober 1997. S. 16.
- Stempień, Joanna (1997b): Partyjne Gry o Media. *Media Polska* (9) vom September 1997. S. 37.
- Stern, Klaus (1994): Rundfunk im Wandel von der Diktatur zur freiheitlichen Demokratie. München.
- Steves, F. (2001): Poland and the international system: external influence on democratic consolidation. *Communist and Post-Communist Studies* (3). S. 339-352.
- Strajk* (2001): Strajk w radiu Plus. *Gazeta Wyborcza* vom 29.-30. September 2001.
- Strąk, Paulina (1996): Słodki zapach eteru. *Sztandar Młodych* vom 10. Oktober 1996. S. 4.
- Strüblin, Michael (1999): Ist Zivilgesellschaft käuflich? Wie Demokratie und Politik hautnah und unmittelbar erlebbar gemacht werden/Michael Strüblin über die Arbeit von DemNet am Beispiel Polen. *Frankfurter Rundschau* vom 25. September 1999. S. 19
- Strzyczkowski, Kazimierz (1991): Likwidacja RSW Prasa-Książka-Ruch. In: Ołędzki, Jerzy (Hrsg.): *Polskie media w okresie przemian*. Warszawa. S. 112-118.
- Styczek, Dariusz (1998a): A Billion-Dollar Business. *The Warsaw Voice* vom 25. Januar 1998.
- Styczek, Dariusz (1998b): Television Earns Top Zloty. *The Warsaw Voice* vom 31. Mai 1998.
- Styczek, Dariusz (1998c): Canal+ Not Where It's @. *The Warsaw Voice* vom 14. Juni 1998.
- Styczek, Dariusz (1998d): Big Debts Squeeze Big Company. *The Warsaw Voice* vom 5. Juli 1998.
- Styczek, Dariusz (1998e): Media Goes Global. *The Warsaw Voice* vom 23. August 1998.
- Styczek, Dariusz (1999): Television for All the Family. *The Warsaw Voice* vom 19. August 1999.
- Styczek, Dariusz (2000): Radio Zet. *The Warsaw Voice – Media Voice* (2) vom Mai/Juni 2000.
URL: www.warsawvoice.pl/v608/Media05.htm, Stand: 9. August 2002.
- Sulik, Bolesław (1999): Czas nagli. In: *Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku*. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.). Poznań. S. 163-165.
- Sundhausen, Holm (1995): Die „Transformation“ Osteuropas in historischer Perspektive oder: Wie groß ist der Handlungsspielraum einer Gesellschaft? In: Wollmann, Hellmut/Wiesenthal, Helmut/Bönker, Frank (Hrsg.): *Transformation sozialistischer Gesellschaften: Am Ende des Anfangs*. Opladen. S. 30-53.
- Świderek, Tomasz (1998a): Polsat dochodzi swego. *Rzeczpospolita* vom 2. Mai 1998.
- Świderek, Tomasz (1998b): Universal kontra Solorz-Żak. *Rzeczpospolita* vom 7. Mai 1998.
- Świderek, Tomasz (1998c): Kto kupi 20 proc. akcji Polsatu. *Rzeczpospolita* vom 7. Mai 1998.
- Świderek, Tomasz (2001): Nowe technologie. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2001.
- Szafrański, Andrzej/Majewski, Michał (1996a): Kosztowne zabiegi o czytelników. *Rzeczpospolita* vom 13. Dezember 1996.
- Szafrański, Andrzej (1996b): Magazynki do dzienników. *Rzeczpospolita* vom 11. Oktober 1996.

- Szafrański, Andrzej (1996c): Od „Żubra“ do „Okruszka“. *Rzeczpospolita* vom 22. November 1996.
- Szafrański, Andrzej/Majewski, Michał (1996/1997): Raz w górę, raz w dół. *Rzeczpospolita* vom 31. Dezember 1996-1. Januar 1997. S. 4.
- Szczepaniak, Marek (2000): Na garnuszku samorządów. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Szemplińska, Ewa (1991): Krezusy i chudopadki. *Gazeta Bankowa* vom 12. Mai 1991.
- Szpakowski, Jacek (1996): Informacja znaczy władza. *Tygodnik Solidarność* vom 2. August 1996. S. 10.
- Szreter, Dariusz (1996): Drukarski monopol na Wybrzeżu. *Głos Wybrzeża* vom 20. August 1996.
- Sztandar* (1997): Sztandar Closes Up Shop. *The Warsaw Voice* vom 3. August 1997.
- Szubstarski, Rafał (1996): Telewizja katolicka z reklam i dodatków. *Życie Warszawy* vom 15. Januar 1996.
- Szwarzman, Dorota (1998): Polskie Radio: Zyski i straty. *Forum dziennikarzy* (1998) vom Mai 1998. S. 10-11.
- Szymczak, Małgorzata (1999): Bogaci będą bogatsi. Rynek polskiej prasy kobiecej okiem agencji reklamowych. *press* (3) vom 15. März 1999. S. 44-57.
- Tadzikowski, Marek (1998): Small Big-Name Hunters. *The Warsaw Voice* vom 15. März 1998.
- Tajemnice* (1990): Tajemnice bylej RSW. *Kultura w kraju i na świecie* (1395-1396) vom 4.- 11. April 1990. S. 1-2.
- Tarkowska, Elżbieta (1993): A Waiting Society: The Temporal Dimension of Transformation in Poland. *The Polish Sociological Bulletin* (2). S. 93-102.
- Tatur, Melanie (1991): Zur Dialektik der „civil society“ in Polen. In: Deppe, Rainer/Dubiel, Helmut/Rödel, Ulrich (Hrsg.) (1991): Demokratischer Umbruch in Osteuropa. Frankfurt a. M. S. 234-255.
- Tewes, Henning (2002): Trügt der Schein? *Die politische Meinung*: Nachbar Polen – eine Annäherung (397) vom Dezember 2002. S. 23-28.
- The European* (1998): The European Advertising & Media Yearbook 1998. Published for the Advertising and Advertising Information Group by NTC Publications Limited. Oxfordshire.
- The rise* (1982): The rise and fall of Polish Press Freedom. *IPI-Report* (7). S. 8-9 u. 16.
- Thomaß, Barbara/Tzankoff, Michaela (Hrsg.) (2001): Medien und Transformation in Osteuropa. Wiesbaden.
- Thomaß, Barbara (2001): Kommunikationswissenschaftliche Überlegungen zur Rolle der Medien in Transformationsgesellschaften. In: Thomaß; Barbara/Tzankoff, Michaela (Hrsg.): Medien und Transformation in Osteuropa. Wiesbaden. S. 39-64.
- Thym, Rolf (1996): Der wundersame Wandel der Katholen-Prawda. *Süddeutsche Zeitung* vom 25. September 1996.
- Tombinski, Jan (1990): Zwischen Indoktrination und Information – Fernsehen im posttotalitären Polen. *Zeitschrift für Kulturaustausch/ZfK* (2). S. 338-343.
- Torański, Błażej (2000): Nowe-stare gazety. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Trautmann, Ljuba (2001): Demokratisierung oder Resowjetisierung? Die russischen Massenmedien im Transformationsprozess. In: Thomaß; Barbara/Tzankoff, Michaela (Hrsg.): Medien und Transformation in Osteuropa. Wiesbaden. S. 203-233.

- Treasury* (1998a): Treasury minister set to dissolve TVP supervisory council. *Post-Soviet Media Law & Policy Newsletter* (50) vom 1. November 1998. URL: www.vii.org.monroe/issue50/europe.html, Stand: 2. Juli 2002.
- Treasury* (1998b): Treasury minister rejects new Polish Radio board. *Post-Soviet Media Law & Policy Newsletter* (47) vom 15. Juni 1998. URL: www.vii.org.monroe/issue47/europe.html, Stand: 2. Juli 2002.
- Trusewicz, Iwona (1995a): Radio Radiu nierówne. *Rzeczpospolita* vom 27. März 1995.
- Trusewicz, Iwona (1995b): Powołanie Konwentu Prywatnych Lokalnych Nadawców Radiowych. *Rzeczpospolita* vom 27. November 1995.
- Trusewicz, Iwona (1995c): Biegun zimna w eterze. *Rzeczpospolita* vom 13. Dezember 1995.
- Trusewicz, Iwona (2000): Stare w nowej oprawie. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Trzebiatowski, Marek (1997a): Przyganiał kosiół garkowi. *Rzeczpospolita* vom 2. Juli 1997.
- Trzebiatowski, Marek (1997b): Telewizje przed sądem. *Rzeczpospolita* vom 19. November 1997.
- TVN* (1997): TVN in Polen auf Sendung. Angestrebter Werbemarktanteil verfehlt. *Blickpunkt: Film* (44) vom 27. Oktober 1997. S. 52.
- TVN* (2000): TVN tuż za Polsatem. *press* (4) vom 15. April 2000. S. 18.
- Tycner, Janusz (1998): Polen: Postkommunisten in der Opposition, Solidarność an der Macht – Ursachen und Folgen der politischen Wende nach den Wahlen im September 1997. *Rissener Rundbrief* 12/Dezember 1997 – 1/Januar 1998. S. 101-105.
- Tylko* (1997a): „Tylko muzyka“ już nadaje. *SAT-Poland: News* vom 21. April 1997. URL: www.tele-satellit.com/listserver/tags1/sat-poland/msg00037.html, Stand 2. November 1998.
- Tylko* (1997b): „Tylko muzyka“ – nowy polski kanał muzyczny. *SAT-Poland: News* vom 21. März 1997. URL: www.tele-satellit.com/listserver/tags1/sat-poland/msg00025.html, Stand 10. November 1997.
- Tylko* (1998): Tylko Muzyka kończy grać. *Rzeczpospolita* vom 13. Februar 1998.
- Tzankoff, Michaela (2001): Die deutsche Transformationsforschung nach 1989 – Ein Überblick. In: Thomaß; Barbara/Tzankoff, Michaela (Hrsg.): *Medien und Transformation in Osteuropa*. Wiesbaden. S. 9-38.
- Ubysz, Dorota (1999): All Ads Up. *The Warsaw Voice* vom 1. August 1999.
- Uchwała* (1990): Uchwała Nr 172 Rady Ministrów z dnia 29 października 1990 r. *Monitor Polski* (3) Position 13. S. 34-39.
- Underwood, Paul (1982): Poland. In: Kurian, George Thoman (Hrsg.): *World Press Encyclopedia*. London. S. 753-763.
- Urban, Thomas (1996): Schwerer Stand für „Życie“. Ihre freche Linie macht der Warschauer Tageszeitung zu schaffen. *Süddeutsche Zeitung* vom 5. November 1996.
- Urban, Thomas (1998): Polen. München.
- Urban, Thomas (2001): Warschauer Wandlungen. Polens siegreiche Postkommunisten werden dem Westen ein zuverlässiger Partner sein. *Süddeutsche Zeitung* vom 25. September 2001. S 4.
- Urban, Thomas (2002): Mitten in Warschau. Polnische Zeitungen sehen ihre Freiheit von der Regierung bedroht. *Süddeutsche Zeitung* vom 13. April 2002.
- Usisdus, Mirosław (1993): Drugi etap ewolucji. *Rzeczpospolita* vom 19. Juli 1994.

- Usisdus, Mirosław (1994): Likwidacja w sześciu obrazach. *Rzeczpospolita* vom 3. Oktober 1994. S. 3.
- Usisdus, Mirosław/Majewski, Michał (1996): Nie kłam, nie ulegaj, nie szkodź. *Rzeczpospolita* vom 26. Juli 1996. S. 3.
- Ustawa* (1990a): Ustawa o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa-Książka-Ruch“. *Rzeczpospolita* vom 11. April 1990
- Ustawa* (1990b): Ustawa z dnia 11 kwietnia 1990 r. o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz zmianie ustawy Prawo prasowe. *Dziennik Ustaw* (29). Position 172 u. 173.
- Ustawa* (1992): Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji. *Dziennik Ustaw* (93.7.34)
Letzte Version: *Dziennik Ustaw* (60). Position 610 vom 20. Juli 2001. URL: www.krrit.pl, Stand: 4. Januar 2002.
- Ustawa* (2001): Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej. *Dziennik Ustaw* (112). Position 1198.
- Vachudová, Milada/Snyder, Tim (1997): Are Transitions Transitory? Two Types of Political Change in Eastern Europe Since 1989. *East European Politics and Societies* (1), Winter 1997. S. 1-35.
- Verfassung* (1997): Verfassung der Republik Polen vom 2. April 1997. (Herausgegeben von der Kanzlei des Sejms). Warszawa.
- Verleiher* (1997): Verleiher streiten mit Produzenten. Polnisches Filmgesetz will Quoten einführen. *Blickpunkt: Film*. (14) vom 1. April 1997. S. 26.
- Vistenkarte* (o. J.): Visitenkarte der polnischen Presse. Herausgegeben von Wydawnictwo Interpress.o. O.
- Vreg, France (1995): Political, National, and Media Crisis. In: Paletz, David/Jakubowicz, Karol/Novosel, Pavao (Hrsg.): *Glasnost and After. Media and Change in Central and Eastern Europe*. Cresskill, N.J. S. 49-64.
- Walendziak* (1993): Walendziak nie odmawia. *Rzeczpospolita* vom 15. November 1993.
- Walesa, Lech (1993): President of Poland Praises a Free Press. *Editor & Publisher* vom 22. Mai 1993. S. 52 u. 43.
- Walter, Magda (1990): Return to Poland. *Washington Journalism Review* vom Dezember 1990.
- Warschauer* (1997): Warschauer Privatsender gestartet. Ronald Lauders CME-Gruppe nun auch in Polen aktiv. *Handelsblatt* vom 6. Oktober 1997. S. 22.
- Wawrzewska, Bożena (1997): Rady czysto polityczne. *Rzeczpospolita* vom 8. August 1997.
- Wciąż* (2000): Wciąż 33 proc. – coraz dalej do Unii Europejskiej? *press* (3) vom 15. März 2000. S. 4.
- Weidemann, Joachim (1999): Medien im Tempokoller. Die Transformation der polnischen Medien – eine Außenansicht von innen. In: Kopper, Gerd G./Rutkiewicz, Ignacy/Schliep, Katharina (Hrsg.): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989-1996*. Berlin. S. 47-56.
- Weidenfeld, Werner/Huterer, Manfred (1992): Osteuropa. Herausforderungen, Probleme, Strategien. Gütersloh.
- Weidenfeld, Werner (Hrsg.) (2001): *Shaping Change – Strategies of Transformation*. Gütersloh.
- W Expressowym* (1998): W „Expressowym“ tempie. Jürg Marquard zamierzy zlikwidować drugi polski dziennik. *press* (9) vom 15. September 1998. S. 14.
- Więcej* (1997): Więcej kiosków i szkoleń. Szczegółowe plany inwestycji w Ruchu SA. *Rzeczpospolita* vom 8. Januar 1997.

- Więcek, Roderyk (2001a): Europe's Oldest Hit List. *The Warsaw Voice* (39) vom 30. September 2001.
- Więcek, Roderyk (2001b): Agora's Ups and Downs. *The Warsaw Voice* (49) vom 9. Dezember 2001.
- Wieczorek, Ewa (1996): Od Pogody do Jazzu. *Gazeta Wyborcza* vom 16. Mai 1996. S. 4.
- Wielcy* (1994): Wielcy myślą globalnie, ale *Nowa Europa*, 18. Juli 1994. S. 23.
- Wielopolska, Anna/Bubnicki, Rafał (1995): Zarzuty podtrzymujemy. *Rzeczpospolita* vom 1. März 1995. S. 3-4.
- Wilk, Ewa (1994): Polonia w sieci. *Polityka* (38) vom 17. September 1994. S. 14.
- Wizja* (2001): Wizja plus Cyfra. *Rzeczpospolita* vom 14. November 2001.
- W jednych* (2000): W jednych rękach. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Wnuk-Lipinski, Edmund (1992): Polnische Paradoxien. In: Thaysen, Uwe (Hrsg.): Wandel durch Representation – Repräsentation im Wandel. Entstehung und Ausformung der parlamentarischen Demokratie in Ungarn, Polen, der Tschechoslowakei und der ehemaligen DDR. Baden-Baden. S. 116-121.
- Wojciechowski, Maciej (1991): Prywatna fala. *Solidarność* vom 7. Juni 1991.
- Wojciechowski, Piotr (1998): Sprawozdanie rady etyki mediów. *Forum dziennikarzy* (10/11) vom November 1998. S. 5.
- Wojny* (1997): Wojny telewizyjne. *Gazeta Wyborcza* vom 20. Oktober 1997. S. 25.
- Wollmann, Hellmut (1997): Der Systemwechsel in Ostdeutschland, Ungarn, Polen und Rußland. Phasen und Varianten der politisch-administrativen Dezentralisierung. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Beilage zur Wochenzeitung *Das Parlament* (B 5) vom 24. Januar 1997. S. 3-15.
- Wróbelki, Andrzej (1994): How Poland Rejected Press Curbs [----Cens. Law number ----]. *Nieman Reports* (4). S. 52-53
- Wróbelki, Andrzej (1996): A Pole Returns to Political Reporting. *Nieman Reports* (2). S. 61-63.
- Wrzeszcz, Maciej (1996): Radiofonia katolicka w Polsce. *KRRiT Biuletyn Informacyjny* (3) vom Dezember 1996. S. 5
- Wysocki, Jerzy (1996): Poskramianie wolności mediów. *Rzeczpospolita* vom 24. Mai 1996.
- Zakończył* (1990): Zakończył się pierwszy etap likwidacji koncernu RSW. 350 wniosków o przejęcie tytułów prasowych. *Życie Warszawy* vom 9. Juli 1990.
- Zalewska, Luiza (1998a): TVN tylko w rękach ITI. *Rzeczpospolita* vom 12. Dezember 1998.
- Zalewska, Luiza (1998b): Polska Platforma kontra Wizja. *Rzeczpospolita* vom 26. November 1998.
- Zalewska, Luiza (1999): Ostra walka o częstotliwości. *Rzeczpospolita* vom 5. November 1999.
- Zalewska, Luiza (2000a): Publiczna traci. *Rzeczpospolita* vom 8. Mai 2000.
- Zalewska, Luiza (2000b): Polsat nie tylko polski. *Rzeczpospolita* vom 14. Juli 2000.
- Zalewska, Luiza (2000c): Eurozet w Radiostacji. *Rzeczpospolita* vom 7. April 2000.
- Zalewska, Luiza (2000d): Mediowa potęga. *Rzeczpospolita* vom 21. November 2000.
- Zalewska, Luiza (2000e): Dla młodych i bogatych. *Rzeczpospolita* vom 3. April 2000.

- Zalewska, Luiza (2000f): Koncesja dla Platformy. *Rzeczpospolita* vom 8. Februar 2000.
- Zalewska, Luiza (2001a): Reklama wszędzie taka sama. *Rzeczpospolita* vom 8. März 2001.
- Zalewska, Luiza (2001b): RMF w Radiostacji. *Rzeczpospolita* vom 8. März 2001.
- Zalewska, Luiza (2001c): Koniec Radia Plus. *Rzeczpospolita* vom 20. Oktober 2001.
- Zalewska, Luiza (2001d): Czas na przetasowania i konsolidacje. *Rzeczpospolita* vom 31. Oktober 2001.
- Zalewska, Luiza (2001e): Postacie. *Rzeczpospolita* vom 19. März 2001.
- Zalewska, Luiza (2001f): Polsat bez programów TVP. *Rzeczpospolita* vom 29. Dezember 2001.
- Zalewska, Luiza (2002a): TV 4 bogatsza. *Rzeczpospolita* vom 11. November 2002.
- Zalewska, Luiza (2002b): Krajobraz po Familijnej. *Rzeczpospolita* vom 16. November 2002.
- Zalewska, Luiza (2002c): Zgasło światło w Familijnej. *Rzeczpospolita* vom 15. November 2002.
- Zalewska, Luiza (2002d): Canal Plus Polska na sprzedaż. *Rzeczpospolita* vom 1. Oktober 2002.
- Zalewska, Luiza (2002e): Nowa Cyfra Plus. *Rzeczpospolita* vom 21. Februar 2002.
- Załużski, Jan (1996): Stowarzyszenie Prasy Lokalnej. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): Transformacja mediów (1989-1995). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXVI. Warszawa. S. 141-146.
- Załużski, Mariusz (1994): Dzika pięciolatka. Po kilku latach transformacji polskich mediów wciąż jeszcze daleko do prasowej stabilizacji. *Nowości* vom 10. Juni 1994.
- Załużski, Mariusz (1995): Wielka prasówka. Polski rynek prasowy wciąż jest rozchybotany, a dzieje się na nim zdecydowanie więcej niż powinno. *Nowości* vom 9. Juni 1995.
- Załużski, Mariusz (1996): Prywatyzacja spółdzielni dziennikarskich. Dylematy zmiany formy własności. In: Słomkowska, Alina (Hrsg.): Transformacja mediów (1989-1995). Materiały pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. Band XXVI. Warszawa. S. 88-94.
- Zapf, Wolfgang (1995): Modernisierungstheorien in der Transformationsforschung. *Politische Vierteljahresschrift*, Sonderheft 26/1995. S. 169-181.
- Zarębski, Andrzej (1999): Początki telewizji płatnej i cyfrowej. In: Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.) Poznań. S. 205-209.
- Zasady* (1996): Zasady etyczne dziennikarstwa w telewizji publicznej. *Zeszyty Prasoznawcze* (3-4). S. 175-178.
- Zawłocka, Aleksandra (1996): Telekatakstrofa. Czy zarząd TVP działa na szkodę spółki? *Wprost* vom 22. September 1996. S. 19-21.
- Zdort, Marcin Dominik (1998a): Telewizja do podziału. *Rzeczpospolita* vom 9. Mai 1998.
- Zdort, Marcin Dominik (1998b): Pełny zakres usług. *Rzeczpospolita* vom 29. Juni 1998.
- Zegarłowicz, Paweł (1999): Polskie radio SA 1989-1999. In: Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.) Poznań. S. 132-139.
- Zespół* (1990): Zespół sejmowy oddała zarzuty wobec Komisji Likwidacyjnej RSW. *Życie Warszawy* vom 30. Oktober 1990.

- Ziemer, Klaus/Quaisser, Wolfgang (1994): Polen. Zwischen Schocktherapie und der Suche nach politischer Stabilität. In: Altmann, Franz Lothar/Hösch, Edgar (Hrsg.): Reformen und Reformer in Osteuropa. S.15-40.
- Ziemer, Klaus (1997): Die Presse in der ostmitteleuropäischen Transformation. In: Mühle, Eduard (Hrsg.): Vom Instrument der Partei zur „Vierten Gewalt“: die osteuropäische Presse als zeithistorische Quelle. Marburg. S. 137-146.
- Ziemer, Klaus (1998): Die Konsolidierung der polnischen Demokratie in den neunziger Jahren. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Beiträge zur Wochenzeitung Das Parlament (B 6-7/98) vom 30. Januar 1998. S. 29-38.
- Żmelonek, Piotr (1999): Izba Wydawców Prasy. In: Media w Polsce w XX Wieku. Prasa, Radio, Telewizja, Reklama, Public Relations, Badania Rynku. (Herausgegeben von Press sp. z o. o.) Poznań. S. 92.
- Zoll, Elisabeth (1994): Vom Vorreiter zum Nachzügler? Die Systemtransformation in Polen in den Jahren 1989-1993. Frankfurt a. M.
- Zygmund (1995): Zygmund Solorz. *Gazeta Wyborcza*, Beilage *Magazyn Gazety* vom 17. März 1995. S. 5
- Życie (2000a): „Życie“ na przednówku. Samoorgraniczanie dziennika prawicy. *press* (3) vom 15. März 2000. S. 15
- Życie (2000b): Życie pokaże. Prezydent stracił 1000 tys. zł., może zyska przeprosiny. *press* (6) vom 15. Juni 2000. S. 6.
- Żygulski, Witold (1998): War of the Square Eyes. Wizja TV and Canal Plus launch digital TV this fall in an attempt to win the loyalty of Poland's couch potatoes. *The Warsaw Voice* (30) vom 26. July 1998.