

RENATA RUSIN-DYBALSKA

## **Czego Czesi dowiadują się o Polakach a Polacy o Czechach?**

**Abstract (What do Czechs Find Out About Poles and Poles About Czechs?).** The aim of this article is to reconstruct and compare some elements of two pictures of the world which appear in Polish and Czech mass media. The analysis is based on selected press news from Polish and Czech dailies. They show a mutual relationship between cultural models of cognition and the interpretation of facts, its role in communication and the degree of influence on the final version of the text. The article is divided into three parts treating of author-related issues and the content as well as the form of the texts concerning Czech Republic found in Polish dailies and about Poland in Czech newspapers.

**Abstrakt.** Celem artykułu jest rekonstrukcja i porównanie wybranych elementów polskiego i czeskiego medialnego obrazu świata. Bazę materiałową stanowią będą teksty prasowe pochodzące z polskich i czeskich dzienników. Posłużą one do prezentacji wzajemnych relacji pomiędzy kulturowo uwarunkowanymi wzorami poznawania i interpretowania zdarzeń, pokazania ich roli w komunikacji oraz stopnia, w jakim wpływają na ostateczny kształt tekstu. Artykuł podzielony jest na trzy części dotyczące tego kto pisze, co pisze i jak pisze w polskich gazetach o Republice Czeskiej oraz w czeskich gazetach o Polsce.

### **Wstęp**

Jedną ze szczególnie popularnych dziedzin komunikowania społecznego stało się ostatnio komunikowanie międzykulturowe (intercultural communication), dziedzina zajmująca się nie tylko teorią i praktyką komunikowania, ale także różnymi kontekstami procesów komunikacyjnych (Zuber 1999: 24–25). W tym nurcie badań nad komunikacją mieści się tematyka niniejszego tekstu. Komunikowanie międzykulturowe definiuję, zgodnie z ustaleniami W. Gudykunsta (1987), jako badanie procesów komunikowania się między przedstawicielami odmiennych kultur. Spośród wyróżnianych przez niego dwóch typów tego rodzaju komunikacji – cross-cultural communication oraz international communication – przedmiotem moich zainteresowań będzie drugi

z nich, ukazujący różnice międzykulturowe przez pryzmat komunikacji masowej. Ta związana będzie z dwoma bliskimi, ale jednocześnie różniącymi się kręgami kulturowymi: polskim i czeskim. Moim obserwacjom podlegać będą określone wyobrażenia na temat rzeczywistości powstające za sprawą środków masowego przekazu, które określam jako medialny obraz świata. Ten wykreowany, upowszechniony i narzucony danej grupie odbiorców obraz o charakterze językowym, ideologicznym, ale także kulturowym budowany zostaje w oparciu o określone schematy poznania i interpretowania zdarzeń, które staną się przedmiotem analizy w tym tekście. Składają się one na kulturowo przyjęty styl poznawczy (Mikułowski Pomorski 2006: 226), będący swoistym wzorcem myślenia i reagowania na informacje<sup>1</sup>. Prezentowany obraz ograniczony zostanie w pierwszej kolejności do aspektów dotyczących przestrzeni. Kolejnym zawężeniem będzie zaś, zgodnie z sugestią zawartą w tytule, skupienie się na fragmencie medialnego obrazu świata dotyczącym obrazu sąsiada. Bazę materiałową przeprowadzanych analiz stanowią polskie i czeskie teksty prasowe pochodzące z dzienników, a gromadzone w ramach badań własnych prowadzonych z przerwami od 2005 r. Teksty prasowe, które, z racji ograniczeń związanych z długością niniejszego artykułu, stały się przedmiotem bezpośredniej analizy, dotyczą wydarzeń, które miały miejsce w ostatnim roku i pochodzą z „MF Dnes”, „Lidových novin”, „Práva”, „Gazety Wyborczej” oraz „Rzeczpospolitej”.

Swoje spostrzeżenia i wyniki przeprowadzonych analiz rozdzielałam do trzech głównych bloków, zogniskowanych wokół trzech podstawowych pytań: kto? co? i jak? pisze o nas w Czechach i dla nas o naszych południowych sąsiadach.

## 1. Autorzy

Zainteresowanie informacjami o Polsce i Polakach w Czechach wciąż wzrasta. Czesi zainteresowani naszym krajem mogą regularnie znaleźć informacje o tej tematyce na łamach dzienników „MF Dnes” i „Lidové noviny”. Teksty poświęcone Polsce pojawiają się także w tygodnikach społeczno-politycznych („Reflex”, „Tyden”). Autorami artykułów są oczywiście przede wszystkim czescy redaktorzy. Są to odpowiednio: Petr Kupec i Lubosz Palata. Warto jednak wspomnieć, że oba dzienniki współpracują także z polskimi autorami. Przykładowo, „MF Dnes” często publikuje teksty Marka Cichockiego, zaś na łamach „Lidových novin” przeczytać możemy artykuły związanego z „Rzeczpospolitą” Piotra Semki. Od czasu do czasu dołączają do nich autorzy, których pozwalam sobie określić jako „okolicznościowych”, a którzy wypowiadają się w czeskich dziennikach na różne ważne w danym momencie tematy. Należą do nich osoby związane z polską ambasadą czy ośrodkiem kultury, polscy eksperci oraz Polacy, którzy znani są ze swojego zainteresowania Czechami.

Jeśli chodzi o polską prasę, teksty o tematyce czeskiej pojawiają się regularnie w „Gazecie Wyborczej” oraz w „Rzeczpospolitej”. Pierwszy z wymienionych dzien-

<sup>1</sup> Więcej na temat związków kultury i komunikacji por. Fleischer 2002.

ników przez długi czas był jedynym, który interesował się naszymi południowymi sąsiadami. Mówiąc o autorach, nie sposób nie wymienić na początku jednego z największych polskich czechofilów, związanego z „Gazetą Wyborczą” Mariusza Szczygła. Interesujące nas tu jednak przede wszystkim teksty informacyjne we wspomnianym dzienniku piszą najczęściej Jacek Pawlicki czy do niedawna Agnieszka Skieterska. Autorski zespół „Rzeczpospolitej” tworzą z kolei Katarzyna Zuchowicz i Marcin Szymaniak. Podobnie jak w wypadku czeskich dzienników, „Gazeta Wyborcza” na stałe współpracuje z czeskim autorem, którym jest redaktor „Lidových novin” Lubosz Palata. Teksty poświęcone Czechom pojawiają się także czasem na łamach „Polityki”. W wypadku polskiej prasy również możemy mówić o grupie autorów „okolicznościowych”.

O tym, jak ważne są informacje z danego kraju, świadczyć też może obecność stałych zagranicznych korespondentów. W wypadku interesujących nas państw widać tu niestety małą dysproporcję. W Polsce przebywa regularnie dwóch stałych korespondentów reprezentujących czeską telewizję i radio (aktualnie są to, odpowiednio, Miroslav Karas i Petr Vavrouszka) oraz korespondent Czeskiej Agencji Prasowej (CTK). Polska Agencja Prasowa aktualnie ma swojego korespondenta w Czechach, brak jest natomiast stałych korespondentów mediów tradycyjnych. Z polskimi mediami współpracują okazjnie dawni korespondenci (np. Barbara Sierszula).

## 2. Tematyka

Podstawą tworzonego obrazu jest tematyka prezentowanych wiadomości. Najczęstsze tematy, którym poświęcone zostają informacje prasowe w obu krajach, przedstawione zostaną w oparciu o kryteria ważności informacji według Galtunga i Rugde’a (1965). Najpierw popatrzymy na to, co Czesi piszą o Polakach. Pierwsza wyróżniona grupa tematyczna zogniskowana jest wokół kryterium „ważności” w połączeniu z elitami. Stwierdzić można, że wszyscy czescy czytelnicy zainteresowani polską tematyką są na bieżąco informowani o najważniejszych wydarzeniach z polskiego życia politycznego, zarówno o charakterze ogólnokrajowym, jak i lokalnym. Tematyka polityczna zdominowana jest przez informacje o dwóch największych partiach politycznych (PO, PIS), z wyraźnym zarysowaniem konfliktu między nimi (np. 19.02.2011 MF<sup>2</sup>). Czeski czytelnik poinformowany zostaje jednak także o nowych inicjatywach na tym polu, jakimi są przykładowo powstanie nowych partii czy ugrupowań (Ruch Poparcia Palikota – 4.10.2010 LN<sup>3</sup>, PJN – 21.12.2010 MF). Jeśli chodzi o kryterium „ważności” w odniesieniu do społeczeństwa, nasuwa się podobne stwierdzenie. Czeskie dzienniki prezentują na bieżąco problemy polskiego życia społecznego. Czesi znają sytuację na polskich kolejach (17.12.2010 MF), w służbie zdrowia (25.02.2011 LN) czy problemy związane z antysemityzmem (5.02.2011

<sup>2</sup> MF – „MF Dnes”.

<sup>3</sup> LN – „Lidové noviny”.

LN). Spośród ważnych postaci polskiego życia publicznego na czeskich łamach regularnie goszczą „polski orzeł” A. Małysz (np. 3.03.2011 LN) czy „polska królowa nart” J. Kowalczyk (np. 28.02.2011 MF). W prezentowanym okresie do grona tego dołączył „polski bohater” K. Bielecki (21.01.2011 MF). Warto tu również wspomnieć o artykułach wspomnieniowych poświęconych zmarłym, np. H. Góreckiemu (16.11.200 LN) czy P. Godlewskiemu (5.03.2011 LN). Spośród tematów skupionych wokół kryterium „zaskoczenia” najbardziej wyróżniają się te, które poświęcone są „polskiemu” katolicyzmowi. Za ich sprawą stereotypowy obraz katolickiej Polski skonfrontowany zostaje przykładowo z informacjami o pierwszym polskim muzeum erotyki (9.02.2011 LN), 12-letniej matce (13.12.2010 MF) czy karmieniu na zamówienie (2.03.2011 LN). Jeśli chodzi o kryterium „negatywizmu”, czescy czytelnicy również są informowani na bieżąco. Z pewnością oprócz faktu, że wszelkie wypadki i katastrofy mają swoje stałe miejsce w dzisiejszych mediach, w analizowanej sytuacji nie bez znaczenia jest to, iż chodzi o kraje sąsiedzkie. Ostatnie z kryteriów, na które chciałabym zwrócić uwagę, to „ciągłość”. W tym wypadku możemy mówić o dwóch wątkach tematycznych. Pierwszym z nich jest turystyka. Godne uwagi jest to, że czescy czytelnicy poznają nie tylko najbardziej znane polskie miasta – Warszawę i Kraków (np. 6.03.2010 LN) – ale także te, które nie są zbyt dobrze znane nawet wśród samych Polaków – np. Przemyśl czy Świnoujście (np. 28.02.2011 LN). Drugi wątek tematyczny dotyczy czesko-polskiej współpracy, zarówno na polu polityki, jak i kultury. Jeśli chodzi o pierwszą dziedzinę, dowiadujemy się przykładowo, jak Czesi wzorują się na polskiej ustawie dotyczącej ograniczenia świadczeń dla byłych komunistów (8.02.2011 MF). W kwestii współpracy kulturalnej jedną z ostatnich inicjatyw, skrzętnie odnotowanych przez czeską prasę, był pierwszy czesko-polski bal (28.02.2011 LN).

Podobnie jak Czesi, także Polacy są na bieżąco informowani o najważniejszych wydarzeniach z czeskiego życia politycznego. W polskiej prasie pojawiają się informacje o wszystkich czeskich partiach, także tych uważanych za swego rodzaju „polityczne ciekawostki”, jak np. partia komunistyczna (KSČM) (2.03.2011 RZ<sup>4</sup>) czy Partia Piracka (17.12.2010 RZ). To samo dotyczy problemów życia społecznego, do których w analizowanym okresie należały np. strajki (1.12.2010 GW<sup>5</sup>), afery korupcyjne (np. 11.01.2011 GW), problemy z Romami (np. 21.09.2010 GW) czy przygotowywanie nowych reform (5.07.2010 GW). W grupie wiadomości zogniskowanych wokół kryterium „zaskoczenia” mamy do czynienia ze znacznie bardziej zróżnicowaną tematyką niż w wypadku obrazu Polski. Zgodnie ze stereotypem ateistycznego Czecha, Polacy dowiadują się o projektach zalegalizowania nowego wyznania (30.01.2011 RZ), ale także o tworzonym współczesnym rękopisie Biblii (12.02.2011 RZ). Oprócz tego przeczytać możemy o specjalnych koncertach dla przyszłych mam (20.10.2010 RZ), niekonwencjonalnej firmie sprzątającej (9.11.2010 RZ), specjalnych „rozmówkach” dla czeskich lekarzy (13.02.2011 RZ), które mają im pomóc w komunikacji z cu-

<sup>4</sup> RZ – „Rzeczpospolita”.

<sup>5</sup> GW – „Gazeta Wyborcza”.

dzoziemcami, czy możliwości wzięcia ślubu w Teatrze Narodowym (3.11.2010 RZ). Tak jak w wypadku českéj prasy, wiadomości z grupy podporządkowanej kryterium „negatywizmu”, a dotyczące Czech, pojawiają się na bieżąco. Ostatnia wyróżniona grupa – kryterium „ciągłości” – reprezentowana jest najczęściej przez jeden wątek tematyczny, czyli wspomnianą turystykę. Tu jednak należy stwierdzić, że zdecydowanie najbardziej eksponowanym miejscem w Czechach w polskiej prasie jest Praga (np. 29.03.2009 GW). Świadczą o tym nie tylko różnego rodzaju informacje prasowe, ale także edycje i reedycje kolejnych wersji przewodników, dołączanych także do analizowanych dzienników, w których Praga pojawia się zawsze w pierwszej trójce.

### 3. Schematy prezentowania i interpretowania konkretnych zdarzeń

Popatrzmy na wybrane przykłady, prezentujące fragmenty analizowanego medialnego obrazu świata. Na początek dwa teksty pochodzące z českéj prasy.

#### **Velký rok Velkého Polska**

Čtyřicetimilionový český soused se stane unijní mocností a přestane být nejhudší zemí střední Evropy

SVĚT 2011

Největší změna v našem okolí se odehrála, aniž jsme si toho příliš všimli. Polsko, náš severní soused, totiž Čechy nikdy moc nezajímalo. Možná je to dáno i tím, že po několik set minulých let bylo Polsko zemí spíše východní než střední Evropy a s Českem a Čechy mělo pramálo společného, včetně jen úzkého pruhu hranice. Dnes máme s Poláky druhou nejdelší hranici a je to druhý největší stát, důležitější, rozsáhlejší a lidnatější než všichni další sousedé Česka (s výjimkou Německa) dohromady. A to i když se do toho započítá Maďarsko, s nímž už sice společnou hranici nemáme, ale jako bychom měli.

Polsko se v posledních dvaceti letech stalo z chudého, chaotického a zaostalého příbuzného bohatou, vlivnou a zajímavou zemí. Polsko jako jediná země Evropy přestalo krizový rok 2008 bez krize a tento i příští rok poroste úctyhodným tempem. Důvodem nejsou jen sice málo viditelné, ale soustavné reformy, ale i to, že Poláci jsou nejméně „líným“ národem v regionu. Podle hesla, že „bída naučila Dalibora houští“, nebyli Poláci líní najít si práci v cizině, když nebyla u nich doma. Nebyli líní studovat – podíl vysokoškoláků v nastupující generaci je dnes v Polsku vyšší než v Česku. Velice výraznou změnou, připisovanou dvěma posledním polským vládám, je omezení korupce. V neposlední řadě se pak obrovským impulzem pro polskou ekonomiku i společnost stalo pořadatelsství mistrovství Evropy ve fotbale 2012, jedné z nejsledovanějších sportovních akcí světa.

Díky tomu všemu je dnes Polsko sebevědomou zemí, která je rozběhnutá na vysoké otáčky a mocně dohání ztrátu na zbytek střední Evropy. Do té míry, že v příštím roce Polsko v hrubém domácím produktu na hlavu předběhne Maďarsko a definitivně přestane být „chudou zemí“ Unie. „Jsme šestou největší zemí EU a nyní také sedmou největší ekonomikou,“ uvádí sebevědomě šéf diplomacie Radek Sikorski.

Obratná polská diplomacie vlády Donalda Tuska, oproti předchozí dvouleté destruktivní éře bratrů Kaczyńských, dokázala narovnat vztahy s oběma sousedícími velmocemi – Ruskem a Německem. Přitom Polsko neprestalo být důležitým spojencem USA a hraje především v NATO stále důležitější roli. Polsko bude v druhé polovině příštího roku předseda EU, což v kombinaci s tím, že třetím nejdůležitějším mužem Unie je Polák – předseda Evropského parlamentu Jerzy Buzek, může přinést velký efekt. Ten podle všeho nijak neoslabí ani parlamentní volby – naopak, Tuskova Občanská platforma z nich může vyjít jako jednoznačný vítěz a zrychleným tempem pokračovat v liberálních ekonomických reformách a celkové modernizaci země. Vše dnes nasvědčuje tomu, že příští rok bude

pro Polsko jedním z nejuspěšnějších za posledních dvacet let. Což je pro Česko, pro které je Polsko oboustranně stále důležitějším partnerem a spojencem, skvělá zpráva.

Orbán, zdroj nestability O mnoho hůře bude na jihu střední Evropy, kde v Maďarsku bude pokračovat stále nebezpečnější experiment samovládcе Viktora Orbána jak s demokracií, tak s křehkou maďarskou ekonomikou. Experiment, který může přivést Maďarsko, jež navíc bude šéfovat první půlrok Unii, do velkých problémů. Mnohé napoví přijetí nové maďarské ústavy a další kroky vlády, které ale už na konci tohoto roku začaly vykazovat autoritářské tendence putinovského stříhu.

Na Slovensku vše závisí na vnitřní stabilitě vlády Ivety Radičové. Ta se bohužel ukazuje křehčí, než se původně zdálo, a tak místo velkých reforem čeká nadějně Slovensko možná jen reformní klopýtání, připomínající první pomečiarovskou vládu z let 1998–2002. Znervózňujícím prvkem nestability bude i sousední Maďarsko, které začne přes rozdělování maďarských pasů uplatňovat mocenské ambice na Maďary obydlený jih Slovenska. To může velice rychle rozvrátit současnou vládu, která zatím nenašla na Orbánovy ambice žádný účinný protilek.

„Lidové noviny“ (27.12.2010)

Prezentowany tekst jest swoistą prognozą powstałą na progę nowego roku, który już na wstępie, w tytule, określony zostaje jako „wielki”. Na dodatek to będzie „Wielki rok Wielkiej Polski”. Obraz naszego kraju zostaje tu przedstawiony zgodnie z opartym na kontraście schematem „wczoraj”: „dziś”. Kiedyś Polska była krajem Europy Wschodniej, biedną, chaotyczną i zacofaną krewną, przedmiotem niewielkiego zainteresowania ze strony Czechów. Dziś to bogaty, wpływowy i ciekawy kraj, który jako jedyny w Europie poradził sobie z kryzysem. Wymieniając kolejne osiągnięcia Rzeczypospolitej, zwraca się uwagę na mało widoczne, ale systematyczne reformy, ograniczenie korupcji i zręczną politykę zagraniczną. Czesi dowiadują się, że Polacy to bardzo pracowity naród. Jeśli brakuje dla nich pracy w kraju, z powodzeniem znajdują ją za granicą. Znacznie więcej młodych ludzi, w porównaniu z Czechami, decyduje się też na studia wyższe. Niewątpliwy, pozytywny wpływ na polską gospodarkę będą miały również Mistrzostwa Europy w piłce nożnej EURO 2012. Jej polityczna rola wzrośnie z pewnością w czasie prezydentury w drugiej połowie 2011 r. Już dziś trzecim najważniejszym człowiekiem w Unii Europejskiej jest przecież Polak, przewodniczący Parlamentu Europejskiego, Jerzy Buzek. W ten sposób najbiedniejszy kraj Europy Środkowej staje się unijnym mocarstwem, które, zgodnie ze słowami szefa polskiej dyplomacji, jest szóstym największym krajem UE i siódmą największą w jej ramach gospodarką. Rok 2011 będzie dla Polski najpomyślniejszym w ciągu ostatnich 20 lat. A co na to Czesi? Zważywszy, że współpraca między naszymi krajami z roku na rok jest coraz lepsza, polski rok pełen sukcesów to dla Czech bardzo dobra wiadomość. Trzeba przyznać, że przedstawiony obraz jest dla Polski wyjątkowo korzystny. Podstawy schemat kompozycyjny „wczoraj”: „dziś” staje się jednocześnie schematem „zły”: „dobry”, ze szczególnym naciskiem na „dobry”. Widoczne jest to zarówno w ilości przemawiających za tym argumentów, jak i sposobie ich prezentacji. Tworzą one bardzo pozytywny i optymistyczny wizerunek kraju sąsiedzkiego, który staje się niemalże rajem na ziemi.

Popatrzmy na kolejną „polską” odstonę.

#### **Nedočkaví Poláci odhalili a vysvětlili nedokončenou obří sochu Krista**

Největší pomník Ježíše Krista na světě, který postavili v Świebodzině na západě Polska, v neděli odpoledne odhalili a vysvětlili zároveň. Spasitel váží 440 tun a na výšku má tolik, kolik má let – 33 –

a s pozlacenou sochou na hlavě měří ještě o tři víc. Kristus stojí na 16,5metrovém kopci, dohromady má tedy na výšku 52,5 metru.

„Pomník je už sice vysvěcený, ale jeho stavba ještě není dokončená a zkolaudovaná,“ uvedl okresní stavební dozorce Wladyslaw Rudkowicz. Řečeno stavbařskou terminologií jde zatím o holobyt, v němž chybějí omítky, obklady, instalace i fasáda, dodal. „Dokončování může trvat ještě dva roky. Chtěl jsem zabránit jeho odhalení, aby se nestalo neštěstí, ale organizátoři se zaručili, že lidé budou v neděli stát od monumentu v dostatečné vzdálenosti,“ vysvětlil.

Na poli, jež předtím leželo ladem, vyrůstal Kristus pět let. Je ho vidět ze vzdálenosti několika kilometrů. Z výšky se dívá na supermarket, benzínovou pumpu a v řadách stojící rodinné domky. Po straně a za zády má rušné silnice, po nichž se plouží nekonečné šňůry nákladních aut. Přes Świebodzin se jede k německé hranici nebo do Gorzowa a Śtětina. Pro většinu fidičů bylo až do nyníška toto 21tisícové městečko malým bodem na mapě, kde nebyli příliš zvyklí zastavovat.

V očekávání zisku

Od té doby, co se do světa dostala zvěst o tom, že ve Świebodzině postavili ještě většího Krista než v brazilském Riu de Janeiro, místní počítají s tím, že turisté se sem jen pohnou.

„Z toho Krista budeme mít velký užitek všichni,“ říká jeden starší muž. I další lidé přepočítávají sochu Spasitele na zloté a nová pracovní místa, jež mají vzniknout v oblasti gastronomie a hoteliérství. „Návštěvy z Polska i z celého světa k nám budou proudit plnou parou, a to díky našemu knězi budovateli Sylwestrovi Zawadzkiemu, který byl iniciátorem monumentu,“ dodává muž.

Ne každému se v Świebodzině se však pomník líbí. Kritikové, především mladí lidé, hovoří o megalomanství a kýči. A nedělní slavnost, na niž přišly tisíce lidí z celého Polska, na internetu nazvali odhalením Krista v Riu de Świebodzineiro.

„Právo“ (21.11.2010)

Tematem powyższego przykładu jest wydarzenie, które w normalnych okolicznościach nie wzbudziłoby większego zainteresowania czeskich mediów. Tu jednak chodzi o rzecz „niezwykłą” – największą na świecie figurę Jezusa Chrystusa. Tekst wydaje się być oparty na podstawowym schemacie informacyjnym zogniskowanym wokół pytań: co? kto? gdzie? jak? dlaczego? Swoiste streszczenie odpowiedzi znajdujemy już w tytule – niecierpliwi Polacy odsłoniли i poświęcili niedokończoną olbrzymią rzeźbę Chrystusa. Sprawcami zdarzenia (kto) są więc Polacy, a konkretnie mieszkańcy leżącego na zachodzie Polski Świebodzina (gdzie), który do tej pory był jedynie niczym nie wyróżniającym się, małym punktem na mapie. Właśnie tam pewien ksiądz postanowił stworzyć niezwykle pomnik (co) o imponujących rozmiarach. Olbrzymia rzeźba po pięciu latach doczekała się uroczystego odsłonięcia i poświęcenia. Czeski czytelnik nie dowiaduje się jednak niczego o tych uroczystościach (jak) – jedynie w ostatnim zdaniu pojawia się informacja o tysiącach pielgrzymów z całej Polski. Odpowiedź na pytanie „jak?” odniesiona zostaje nie do odsłonięcia pomnika, ale do stanu, w jakim się znajduje. Ważniejszy okazuje się bowiem fakt, że tak naprawdę dzieło nie jest jeszcze ukończone. Specjalista z nadzoru budowlanego informuje, że pomnik znajduje się w stanie surowym i na jego dokończenie potrzeba jeszcze dwóch lat. Fakt ten nie przeszkodził jednak „niecierpliwym Polakom”, gdyż mają do zrealizowania konkretny cel (dlaczego) – oczekują na zysk. Ich zdaniem odsłonięcie tak okazałej rzeźby oznacza wzmożony ruch turystyczny, a co się z tym wiąże – pieniądze oraz nowe miejsca pracy. Na koniec dowiadujemy się jednak, że nie wszystkim Polakom podoba się nowa „atrakcja turystyczna”. Z ust przedstawicieli młodego pokolenia padają takie słowa, jak „megalomania” czy „kicz”, zaś miasteczko w związku z tym

zyskuje nową nazwę „Rio de Świebodzineiro”. Trzeba przyznać, że przedstawiony obraz jednoznacznie sugeruje przyczynę powstania niezwyklej rzeźby Chrystusa. Jak jednak łatwo się domyślić, nie zajmowała ona centralnego miejsca w polskich doniesieniach na ten temat.

Spójrzmy na kolejny przykład, pochodzący tym razem z polskiej prasy.

#### **Nasi kochani Czesi**

Polsko-czeskie partnerstwo nie wynika tylko z postkomunistycznej przeszłości, ale jest naturalne, a stosunki Warszawy i Pragi są najlepsze w historii – pisze praski dziennik „Lidove Noviny”.

Good news is no news, czyli dobra wiadomość to żadna wiadomość. Ta zasada rządzi dziennikarstwem właściwie od zawsze. Dlatego też niedawna wizyta prezydenta Bronisława Komorowskiego w Czechach została ledwo co zauważona przez polskie media. No bo skoro stosunki z Czechami są tak świetne i nie ma żadnych problemów, a obywatele darzą się wzajemną sympatią, to o czym tu pisać?

Ano jest o czym. Otóż Czechy po cichu wyrosły na strategicznego partnera Polski w regionie. Mówili o tym w czasie praskiej wizyty zarówno Komorowski, który dobrze wyczuwa, że w Czechach warto i trzeba inwestować, jak i prezydent Vaclav Klaus. Gospodarz Hradczan, który świetnie dogadywał się z Lechem Kaczyńskim, umie porozumieć się z jego następcą, choć wiele ich różni. A polsko-czeskie partnerstwo w odróżnieniu od tego z Litwą przetrwało śmierć Kaczyńskiego. To drugie utrzymywało się bowiem na iluzji dobrych relacji przy jednoczesnym zamiataniu pod dywan wielu problemów.

W relacjach z Czechami właściwie nie ma czego zamiatać, a wspólnota interesów jest ogromna. Nie przystaniają ich różnice w postrzeganiu Unii (jak wiadomo, Klaus jest zapiekłym eurosceptykiem, a Komorowski to euroentuzjasta) ani fakt, że czeskie społeczeństwo jest całkowicie zlaicyzowane i znacznie bardziej liberalne niż polskie. Polaków i Czechów łączą nie tylko doświadczenia historyczne, przywiązanie do wolnego rynku i troska o bezpieczeństwo energetyczne (czytaj strach przed uzależnieniem się od dostaw z Rosji). Oba kraje wciąż uważają USA za gwaranta bezpieczeństwa regionu i są przekonane, że Europa powinna bardziej interesować się relacjami z sąsiadami ze Wschodu.

Jedna z legend, która krąży gdzieś między MSZ-etami w Pradze i Warszawie, głosi, iż największe polskie osiągnięcie w UE – Partnerstwo Wschodnie – wymyślili w istocie Czesi, ale zgodzili się, by wypromowała je silniejsza i bardziej wpływowa w Europie Polska.

Uwielbiany w Polsce Jaroslav Hašek powiedział kiedyś, że „każde dlaczego ma swoje dlatego”. W przypadku relacji polsko-czeskich „dlaczego” jest dziecinnie łatwe do pojęcia. Czesi mieli już swoje przewodnictwo w UE i choć było to przewodzenie z problemami, to służy Polsce doświadczeniem przed jej prezydenturą w UE zaczynającą się w lipcu. Polska tworzy koalicję krajów zainteresowanych obroną unijnych funduszy spójności w przyszłym budżecie UE po 2014 r., czym Czechy są także zainteresowane. I mogą nam w tym pomóc instytucjonalnie, przewodząc od czerwca Grupie Wyszehradzkiej.

Oba kraje są obrońcami gospodarki węglowej i obawiają się Europy kilku prędkości, w której kraje strefy euro integrować się będą szybciej i głębiej niż pozostali.

Prezydent Komorowski wie to wszystko i dlatego w Pradze mówił: „Wierzę, że będziemy w stanie na europejskiej glebie forsować kwestie, które są nie tylko w interesie Grupy Wyszehradzkiej, ale także całej unijnej”.

Czesi wiedzą, że mogą budować swoją przyszłość w Unii także na relacjach z Polską, która ma ambicje bycia wielkim graczem w UE. Mają też świadomość tego, że, jak pisze czeski dziennik „Lidove Noviny”, obecne partnerstwo nie wynika tylko z postkomunistycznej przeszłości, ale jest naturalne, a stosunki polsko-czeskie są najlepsze w historii.

Good news? Jak najbardziej, choć nie leje się krew i Polaków nie prześladują na Zaolziu...

„Gazeta Wyborcza” (24.02.2011)



Prezentowany tekst stanowi swoiste podsumowanie wizyty polskiego prezydenta w Czechach. Oparty zostaje na schemacie konstrukcyjnym mającym udowodnić określoną tezę, sformułowaną dość pieszczotliwie w tytule – „nasi kochani Czesi”. Dodatkowym utrudnieniem jest fakt, który pojawia się już na samym początku – to będzie dobra wiadomość, a ta też może być ciekawa. Polski czytelnik dowiaduje się zatem, że Czechy wyrosły na strategicznego partnera Polski w regionie, a stosunki polsko-czeskie są najlepsze w historii. Ponieważ jednak stwierdzenia te przytoczone są za czeskim dziennikiem, autor konsekwentnie stara się udowodnić ich prawdziwość. Aby prezentowany obraz nie był zbyt idealny, rozpoczyna od różnic – Czechy to inne spojrzenie na UE, zlaicyzowane, bardziej liberalne społeczeństwo. Znacznie więcej jest jednak podobieństw. Oba kraje łączy wspólnota interesów, wynikająca nie tylko z tych samych doświadczeń historycznych. Wolny rynek, bezpieczeństwo energetyczne, gospodarka węglowa czy stosunek do USA to najważniejsze przejawy owej wspólnoty. Okazuje się, że nawet projekt Partnerstwa Wschodniego tak naprawdę wymyślili Czesi, ale pozwolili, aby to „silniejsza i bardziej wpływowa Polska” wypromowała go w Europie. Wzajemna współpraca to również dzielenie się doświadczeniami. Czesi służą Polsce tymi związanymi ze swoją prezydenturą w UE, Polska myśli o Czechach, przygotowując nowe inicjatywy na polu działań unijnych. Łączy je także współpraca w ramach Grupy Wyszehradzkiej. O wszystkich tych gwarantach dobrych stosunków polsko-czeskich warto pisać, mimo iż w przeszłości stosunki między oboma krajami nie zawsze były takie idealne. Świadczyć o tym ma przywołana na koniec aluzja do wydarzeń historycznych (nie leje się krew i Polaków nie prześladują na Zaolziu). Nawet to nie wydaje się jednak zakłócać prezentowanego, niemal sielankowego obrazu.

Popatrzmy na jego kolejną odsłonę.

#### **Golo i wesolo po czesku**

Studenci z Pragi otworzyli firmę sprzątającą. Nie byłoby w tym nic nadzwyczajnego, gdyby nie fakt, że oferta obejmuje sprzątanie na golasa.

Katka Kopecka (21 lat) studiuje ekonomię na stołecznym Uniwersytecie Karola. Do skromnych stypendiów dorabiała dotąd dorywczymi pracami, m.in. sprzątaniem i bawieniem dzieci. Gdy kryzys pozbawił Katkę i jej przyjaciół pracy, postanowili założyć firmę, która zaoferuje coś, czego na rynku czeskim do tej pory nie było. Czyli sprzątanie na golasa. Jak tłumaczy brytyjskiej gazecie „Metro”, golizna nie ma nic wspólnego z usługami seksualnymi. – Nikt nie lubi sprzątać, za to wszyscy lubią patrzeć na urodziwe ciała. Obserwowanie półnagiego człowieka, który sprząta twój dom, to wspólny sposób na relaks – argumentuje założycielka firmy.

Kopecka zatrudnia 15 studentek i studentów, a godzina sprzątania z podziwianiem sprzątającego kosztuje od 170 euro. Cena zależy od stopnia roznegliżowania. Klient może wybrać między sprzątaniem w bieliznie, bikini, toples lub nago.

Pomysł wykonywania klasycznych usług, jak sprzątanie, układanie włosów czy mycie samochodów, w negliżu nie jest wynalazkiem młodych Czechów. Takie firmy działają na innych kontynentach, m.in. w USA i Australii.

W październiku w Sydney 26-letni polski emigrant i jego żona otworzyli salon fryzjerski Hot Cuts, w którym panów czeszą fryzjerki w strojach toples. Skompletowanie fryzjerek zabrało polskiej parze 18 miesięcy. Teraz do zakładu ustawiają się kolejki, a zapisy sięgają dwóch tygodni do przodu. Znaczy się Polak też potrafi.

„Rzeczpospolita” (9.11.2010)

Przedstawiony tekst prezentuje czeskie społeczeństwo z innego punktu widzenia. To jedna z odsłon ukazujących drugą, z założenia mniej poważną, twarz Czechów. Informacja, zbudowana w oparciu o podstawowy schemat informacyjny, dotyczy jednego ze sposobów radzenia sobie z kryzysem. Polski czytelnik dowiaduje się więc, że czeska studentka (kto) z Pragi (gdzie) w związku z utratą pracy (dlaczego) postanowiła założyć firmę oferującą usługi sprzątania (co). Oryginalność pomysłu polegała na tym, że wspomniane usługi oferowane były bez ubrania. Podstawowa informacja zostaje poszerzona o swoisty komentarz. Dowiadujemy się z niego, że młodzi Czesi nie są pierwszymi, którzy wpadli na taki niezwykle pomysł. Przykładem potwierdzającym tę tezę staje się historia... Polaka, który w Australii założył męski salon fryzjerski z obsługą w strojach topless. Wniosek jest więc oczywisty – „Polak też potrafi”.

\*\*\*

Według ostatniego badania CBOS<sup>6</sup> ponad połowa Polaków najbardziej lubi Czechów. Fakt ten, oprócz różnego rodzaju uwarunkowań politycznych czy gospodarczych, jest kolejnym potwierdzeniem wzrostu wzajemnego zainteresowania, jakie zaobserwować można po obu stronach. Na podstawie przeprowadzonych badań i obserwacji można jednak stwierdzić, że wzajemny medialny obraz sąsiada nie jest jednolity. Jego stałym elementem są bieżące najważniejsze wydarzenia z życia politycznego i społecznego, co w wypadku krajów sąsiedzkich miałyby być normą. Jeśli chodzi o Polskę i Czechy, pomału tak właśnie się staje. Widać to również we wzajemnej ocenie polsko-czeskich stosunków. Polska określana jest jako „wielki” sąsiad i nie chodzi tu tylko o przewagę dotyczącą powierzchni kraju. To silny i wpływowy partner, z którym warto utrzymywać dobre stosunki. Tezy te, pojawiające się w analizowanych tu przykładach, znajdują poparcie w wielu przytaczanych argumentach. Widać to także w schematach konstrukcyjnych przywołanych tekstów. W strukturach argumentacyjnych zdecydowanie dominują zalety, podobieństwa (Kraus 2008: 149–158). Zważywszy, że jeszcze kilka lat temu informacje o Czechach w polskich mediach pojawiały się w stopniu minimalnym, można to uznać za swoiste novum.

Druga część analizowanego obrazu wciąż jeszcze w dużej mierze opiera się na stereotypach (Trampota 2006: 92–94). Należy jednak zauważyć, że coraz częściej mamy do czynienia z próbami ich przełamania. Polak to katolik, ale czy wiara zawsze jest dla niego najważniejsza? Czech to ateista, ale czy to znaczy, że nic ważnego się dla niego w życiu nie liczy?<sup>7</sup> Próby zmiany tych stereotypowych obrazów widoczne są nie tylko w kwestii tematów, którymi interesują się media, ale także w strukturze komunikatów informacyjnych. Tradycyjne schematy wielokrotnie ulegają swoistym modyfikacjom, zmianom punktu odniesienia lub też uzupełnione zostają dodatkowym komentarzem. Niejednokrotnie pokazują one, jak trudno przyznać się do własnych narodowych słabości czy uznać pierwszeństwo kogoś innego, nawet jeśli jest to najlepszy sąsiad. Obserwacja medialnych obrazów w odniesieniu do różnych krajów ma

<sup>6</sup> Badania przeprowadzono w lutym 2011 r. Na pierwszym miejscu znaleźli się Czesi (51%), na drugim Słowacy (49%), a na trzecim Amerykanie (43%).

<sup>7</sup> Więcej o stereotypach Czechów i Polaków por. np. Walas 1995.

jeszcze jeden ciekawy aspekt. Obrazy budowane w zagranicznych mediach bardzo często mogą się stać zwierciadłem własnych problemów. Dzięki nim dostrzec można niektóre szczegóły niewidoczne z punktu widzenia własnej, narodowej perspektywy.

## BIBLIOGRAFIA

- Dobek-Ostrowska, B. 1999: Studia z teorii komunikowania masowego. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Fleischer, M. 2002: Teoria kultury i komunikacji. Wrocław: Dolnośląska Szkoła Wyższa Edukacji Towarzystwa Wiedzy Powszechnej.
- Galtung, J., Rudge, M.H. 1965: The Structure of Foreign News. „Journal of Peace Research” nr 2.
- Gudykunst, W.B. 1987: Cross-Cultural Comparisons [in:] Berger, C.R., Chaffee, S.H. (red.): Handbook of Communication Science. Newbury Park, CA: Sage, s. 850–854.
- Kraus, J. 2008: Jazyk v proměnách komunikačních médií. Praha: Karolinum.
- Mikułowski Pomorski, J. 2006: Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym? Kraków: Universitas.
- Trampota, T. 2006: Zpravodajství. Praha: Portál.
- Walas, T. 1995: Stereotypes and Nations. Cracow: International Cultural Centre.
- Zuber, M. 1999: Komunikowanie międzykulturowe [in:] Dobek-Ostrowska, B. (red.): Studia z teorii komunikowania masowego. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. s. 24–41.