

Marta Jas-Koziarkiewicz

Uniwersytet Warszawski

„Wochenblatt.pl” i „Der Nordschleswiger” – pisma mniejszości niemieckiej w poszukiwaniu własnej drogi

Słowa kluczowe: prasa, mniejszość niemiecka, Polska, Dania, „Wochenblatt.pl”, „Der Nordschleswiger”

Keywords: press, German minority, Poland, Denmark, „Wochenblatt.pl”, „Der Nordschleswiger”

Media mniejszości narodowych są jednym z istotnych czynników warunkujących zachowanie i kultywowanie odrębności narodowej przez jej członków. Ich funkcjonowanie, umiejętność dostosowywania się do zmian w otoczeniu, w tym przeobrażeń na rynku medialnym, ale i sytuacji samej mniejszości zapewnia właściwe wypełnianie przez nie funkcji wobec mniejszościowych odbiorców. Mniejszości dostrzegają znaczenie mediów dla zachowania ich odrębności. Wydawanie pism wpływa „z potrzeby pielęgnowania tożsamości, języka niemieckiego i umacniania pozycji mniejszości w regionie”¹.

Założenia metodologiczne

Celem artykułu jest określenie czynników determinujących sytuację prasy mniejszości niemieckiej. Na potrzeby artykułu przyjęto, że czynniki te dają podzielić się na dwie grupy: zewnętrzne – niezwiązane z samą mniejszością – i wewnętrzne – wynikające z jej specyfiki. Intencją autorki nie było określenie hierarchii ważności tych czynników, a jedynie ich wskazanie. Analiza miała na celu uzyskanie odpowiedzi na następujące pytania:

¹ W. Dobrowolski, *Niepewne jutro Waszej gazety. Obchodzimy jubileusz 900. wydania pisma Niemców w Polsce*, „Schlesisches Wochenblatt” 2-9.07. 2009, nr 27(900), s. 1, 3.

- jakie czynniki związane z mniejszością, np. jej charakterystyka demograficzna, poziom instytucjonalizacji, mogą wpływać na funkcjonowanie tytułów prasowych?;
- jakie czynniki związane z otoczeniem, w jakim funkcjonują tytuły mniejszości, determinują ich sytuację, np. polityka państwa zamieszkania i pochodzenia, relacje większość–mniejszość?;
- jakie tendencje właściwe dla rynku mediów masowych mogą wpływać na kondycję prasy mniejszości?

W celu weryfikacji przyjętego założenia i odpowiedzi na postawione pytania posłużono się studium porównawczym przypadków². Case studies służy „naukowemu zgłębieniu wyodrębnianych cech i elementów jakościowych określonej struktury, systemu lub procesu, określeniu ich charakteru, wielkości oraz scharakteryzowaniu ich funkcjonowania i rozwoju”³. Wybór tej metody wynika przede wszystkim z możliwości, jakie ona oferuje. Pozwala ona „z jednej strony na pełne zrozumienie tego, co poddawane jest analizie, a równocześnie w tym samym czasie służyć może opracowaniu bardziej ogólnych, teoretycznych twierdzeń na temat prawidłowości w obserwowanych zjawiskach”⁴. W badaniu zdecydowano się na analizę sytuacji dwóch tytułów mniejszości niemieckiej: „Wochenblatt.pl” i „Der Nordschleswiger”.

„Wochenblatt.pl” to tygodnik, który wydawany jest w Polsce od 1990 r. Kilkrotnie zmieniano jego tytuł, by od 2011 r. przyjąć obecny. Jego powstanie i rozwój są silnie związane z procesem instytucjonalizacji mniejszości niemieckiej w Polsce (Związek Niemieckich Stowarzyszeń Społeczno-Kulturalnych w Polsce). „Wochenblatt.pl” jest pismem społeczno-politycznym reprezentującym jej interesy. Na łamach tygodnika podejmowane są zagadnienia istotne dla grupy, w tym tematy polityczne dotyczące działalności organizacji reprezentujących mniejszość czy przedsięwzięć kulturalnych przygotowywanych i adresowanych do grupy. „Der Nordschleswiger” to dziennik wydawany w Danii, a adresowany do mniejszości niemieckiej. Tytuł istnieje od 1946 r.⁵ Od momentu powstania pismo było silnie związane ze stowarzyszeniem reprezentującym mniejszość niemiecką w Danii (Bund Deutscher Nordschleswiger, Związek Niemców Szlezewiku Północnego). Na początku XXI w. tytuł jest typowym dziennikiem, dla którego tematyka związana z mniejszością nie jest jedyna.

² R.W. Wimmer, J.R. Dominick, *Mass media. Metody badań*, Kraków 2008, s. 165.

³ W. Jakubowski, P. Załęski, Ł. Zamęcki, *Nauki o polityce. Zarys koncepcji dyscypliny*, Pułtusk 2013, s. 210.

⁴ R. Fidel, *The Case Study Method. A Case Study*, „Library and Information Science Research” 1984, vol. 6/3, s. 274.

⁵ Warto podkreślić, że tytuł był jedną z 10 udanych prób wprowadzenia nowego dziennika na rynek duński w okresie 1945-1990. E. Stasiak-Jazukiewicz, *Duńskie media*, Warszawa 2009, s. 138.

Podział czynników determinujących sytuację prasy mniejszości niemieckiej

Analiza dotycząca działalności mediów mniejszości musi rozpoczynać się od próby określenia czynników determinujących ich rozwój. Pytaniem badawczym jest tu pytanie o to, czy dają się one pogrupować. Odpowiedzi na to pytanie udzielić można, odwołując się do sytuacji dwóch wybranych pism: „Wochenblatt.pl” i „Der Nordschleswiger”. Analizując historię i działalność obydwu tytułów, można wyodrębnić dwa typy czynników:

- wewnętrzne – związane ze specyfiką mniejszości i jej mediów, np. strukturą demograficzną, poziomem zinstytucjonalizowania działalności, powiązaniem prasy mniejszości z organizacjami reprezentującymi mniejszości, specyfiką organizacji pracy redakcyjnej prasy środowiskowej – do której zaliczyć można media mniejszości;
- zewnętrzne – wynikające z polityki państwa zamieszkania i państwa narodowego wobec mniejszości, relacji większość–mniejszość, ale także z czynnikami związanymi z postępem technologicznym oraz zjawiskami, jakie zachodzą na rynku mediów w Europie i na świecie.

Jaka jest ta mniejszość? Jakie są media mniejszości?

Wielkość mniejszości i jej terytorialne rozmieszczenie to pierwsze z czynników determinujących sytuację jej mediów. Liczebność grupy mniejszościowej może, ale nie musi, determinować częstotliwość ukazywania się tytułu prasowego, jest jednak warunkiem podstawowym dla decyzji o powołaniu własnego organu prasowego. Zarówno w Polsce, jak i w Danii mniejszość niemiecka ma charakter historyczny. Wydawany w Polsce tygodnik „Wochenblatt.pl” adresowany jest do członków mniejszości niemieckiej. Ich liczebność w spisie powszechnym z 2002 r. określona została na 152 897⁶, a w 2011 r. na 147 814⁷. Wielkość mniejszości niemieckiej w Danii zgodnie z szacunkami wynosi 15-20 tys.⁸ Liczebność obydwu grup pozwala na funkcjonowanie prasy adresowanej do tej kategorii odbiorców.

⁶ *Ludność według deklaracji narodowościowej oraz posiadania obywatelstwa polskiego w 2002 roku*, http://old.stat.gov.pl/gus/8185_PLK_HTML.htm [1.10.2014].

⁷ *Ludność. Stan i struktura demograficzno-społeczna. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2013, s. 90-91.

⁸ Istnieją rozbieżne szacunki dotyczące liczebności mniejszości niemieckiej w Danii. Por. *Det tyske mindretal i Nordslesvig*, <http://www.bdn.dk/> [1.10.2014], K.M. Pedersen, *A National Minority with a Transethnic Identity – the German Minority in Denmark*, [w:] *German Minorities in Europe. Ethnic Identity and Cultural Belonging*, ed. S. Wolff, New York 2000, s. 18.

Mając na uwadze powyższe zaskakujące dane, wydawać się może, że w Danii tytuł mniejszości ukazuje się codziennie, a w Polsce, gdzie liczebność mniejszości jest większa, pismo jest tygodnikiem. Przyczyn tego stanu rzeczy doszukiwać się można w tradycji działalności wydawniczej, a przede wszystkim w odmiennym sposobie określenia przez obie redakcje grupy odbiorców. Równie istotne jak liczebność mniejszości jest jej terytorialne rozmieszczenie. Element ten z jednej strony wpływa na częstotliwość wydawania pisma, a także podejmowaną tematykę, z drugiej określa sposób kolportowania tytułu, niekiedy zwiększając jego koszt.

Należy podkreślić, że czynnik związany z wielkością grupy nie jest dany raz na zawsze. Zmiana deklaracji narodowościowych, procesy migracyjne i asymilacyjne mogą prowadzić do ograniczenia liczby osób deklarujących przynależność do mniejszości⁹, skurczenia się grupy odbiorców mediów, a w rezultacie wiążą się z koniecznością zmiany nakładu lub częstotliwości ukazywania się pism.

Wielkość i rozmieszczenie mniejszości wymusza na redakcjach podjęcie wielu istotnych rozstrzygnięć w zakresie polityki redakcyjnej. Czy reprezentować całość środowiska mniejszości, czy tylko jedną, kilka z jej grup, np. młodzież? Czy otwierać się na większość, m.in. przez podejmowanie tematyki regionalnej lub lokalnej? Czy też pozostać tytułem dla mniejszości i o mniejszości? A może też poszerzyć spektrum podejmowanych tematów o obszary interesujące np. inwestorów czy niemieckich turystów? I dodatkowo, czy rozszerzenie zakresu zainteresowań tematycznych nie spowoduje utraty dotychczasowych czytelników?

Wobec konieczności odpowiedzi na te pytania stanęły redakcje obydwu analizowanych pism. W ich ocenie treści zamieszczane na ich łamach adresowane są do przedstawicieli mniejszości niemieckiej w całym kraju. W „Wochenblatt.pl” jedną z form odpowiedzi na powyższe pytania była także kilkakrotna zmiana tytułu, w tym na obecną. Jak argumentowano, „częścią »ramową«, którą jest »Wochenblatt«, dokumentujemy, że jesteśmy gazetą adresowaną do wszystkich Niemców żyjących w Polsce”¹⁰. Reprezentowanie całego środowiska przez tytuł podkreślane było również

⁹ Przykładem może być inne, niepoddane analizie w artykule, pismo wydawane przez mniejszość niemiecką w Rumunii: „Allgemeine Deutsche Zeitung für Rumänien” (w okresie 1949-1993 ukazujące się pt. „Neuer Weg”). Do transformacji ustrojowej periodyk ten miał charakter ponadregionalny, a jego nakład wynosił ok. 70 tys. egz., wraz ze zmianą systemową, a dokładniej wskutek poprzedzającej ją migracji ludności niemieckiej, wielkość nakładu zmniejszyła się do poziomu poniżej 3 tys. egz. A. Müller, *Deutschsprachige Medien in Rumänien*, [w:] *Deutschsprachige Medien in Mittel- und Osteuropa. Berichte und Analysen*, IfA Dokumente 1, Stuttgart 2004, s. 67; L. Bohlen, *Identität und Hybridität – am Beispiel der Medien der deutschen Minderheiten in den Ländern Mittel- und Osteuropas (MOE) als Identitätsstifter*, IfA-Edition Kultur und Außenpolitik, Regensburg 2014, s. 41.

¹⁰ T. Scholtz-Knobloch, *Zmiany*, „Wochenblatt.pl”, 14-20.01.2011, nr 2(980), s. 2.

przez Siegfrieda Matloka¹¹, redaktora naczelnego „Der Nordschleswiger”: „Jesteśmy i pozostaniemy dziennikiem mniejszości, który jednak nieustannie stara się udoskonalić swoją ofertę”¹². Dostosowanie się do potrzeb mniejszościowego odbiorcy wiąże się również z tworzeniem działów poświęconych sprawom lokalnym. W „Der Nordschleswiger” odrębne kolumny dedykowane są: Apenrade, Tingleff, Tondern, Handersleben, Sonderburg, mają one również własne redakcje lokalne. Co istotne, działy te odpowiadają strukturze terytorialnej organizacji mniejszości niemieckiej w Danii. Podobne działania podjęto też w 2011 r. w piśmie adresowanym do Niemców w Polsce. Zdecydowano się wówczas na zmianę tytułu na „Wochenblatt.pl”, a dodatkowo wprowadzono dział adresowany do odbiorców z województwa opolskiego i Dolnego Śląska¹³.

W przypadku wydawanego w Danii „Der Nordschleswiger” redakcja i organizacja reprezentująca mniejszość podkreślają, że dziennik nie jest przeznaczony jedynie dla mniejszościowego odbiorcy, ale także dla większości. Jak oceniają, formuła wydawnicza pisma sprawia, że stał się on dziennikiem regionalnym, z którym mogą się identyfikować także duńscy czytelnicy¹⁴. Otwarcie na odbiorcę większościowego nie jest tak oczywiste w przypadku „Wochenblatt.pl”. Za takie działania można uznać dwujęzyczną formułę pisma. Jak ocenia Urban Beckman, dyrektor działu „Focus Integration und Media” w Institut für Auslandsbeziehungen (IfA): „Fakt, że tygodnik jest medium dwujęzycznym, stanowi osobliwość na rynku mediów mniejszościowych. W tym tkwi wielka szansa, bowiem w ten sposób można dotrzeć nie tylko do paruset tysięcy osób władających w Polsce językiem niemieckim, lecz do 38 milionów ludzi żyjących w tym kraju”¹⁵. Możliwość tę podkreślają jednak osoby niebędące członkami redakcji. Ci ostatni akcentują, iż celem pisma jest przede wszystkim dotarcie do wszystkich członków mniejszości niemieckiej w Polsce: „w ostatecznym rozrachunku nie określamy gazety adresowanej jedynie do członków niemieckich organizacji, lecz mianem gazety Niemców w Polsce jako takich oraz oczywiście tych wszystkich, których interesuje całokształt stosunków polsko-niemieckich”¹⁶.

¹¹ Siegfried Matlok był redaktorem pisma do 2013 r., wówczas na stanowisku tym zastąpiła go Claudia Knauer.

¹² „Wer uns heute liest, liest uns freiwillig”. 60 Jahre „Der Nordschleswiger”, Der Vorsitzende des Pressevereins, Hans Christian Bock und Chefredakteur Siegfried Matlok im Gespräch, „Grenzland” 2006, s. 91.

¹³ Dział ten zatytułowany został „Schlesisches Wochenblatt” – tak jak do 2001 r. zatytułowany był cały tygodnik.

¹⁴ „Wer uns heute liest...”, s. 89.

¹⁵ *Skorzystać z nowych szans*, „Wochenblatt.pl”, 2-9.06.2011, nr 23(1000), s. 8. Warto zaznaczyć, że dwujęzyczna formuła tygodnika w pierwszym okresie jego działalności wynikała ze słabej znajomości języka niemieckiego wśród członków mniejszości, którym do 1990 r. uniemożliwiano lub utrudniano posługiwanie się i naukę języka ojczystego.

¹⁶ T. Scholtz-Knobloch, *Zugzwang*, „Wochenblatt.pl”, 2-9.05.2013, nr 18(1100), s. 2.

Dwujęzycznej formuły nie wprowadził „Der Nordschleswiger”, publikując teksty jedynie w języku niemieckim. Jak argumentował wieloletni redaktor naczelny, Siegfried Matlok, wybrano tę strategię „z jednej strony ze względu na polityczno-kulturalną misję niemieckojęzycznego dziennika, z drugiej ze względu na nieproporcjonalne koszty, jakie by się z tym wiązały”¹⁷. Otwarcie na czytelników spoza mniejszości przejawia się w przypadku „Der Nordschleswiger” w tematyce publikacji. Materiały dziennikarskie zamieszczane na łamach pisma nie ograniczają się bowiem do kwestii związanych z mniejszością lub dla niej tylko istotnych. Zamieszczane są materiały dziennikarskie, których adresatami mogą być zarówno Niemcy, jak i Duńczycy, w tym mieszkańcy pogranicza, m.in. w działach Wirtschaft, Politik, Kultur, jak np. polityka międzynarodowa¹⁸, polityka w Danii¹⁹, wydarzenia w Niemczech²⁰. W mniejszym stopniu praktyka ta jest obecna w „Wochenblatt.pl”. Na jego łamach publikowane są wprawdzie informacje mogące zainteresować także większościowego odbiorcę, dotyczące np. zasad podejmowania pracy, ubezpieczeń społecznych i podatków w krajach niemieckojęzycznych²¹, czy informacje na temat działania samorządu regionalnego na Opolszczyźnie²² lub problemów ekonomicznych regionu²³. Jednakże sposób prezentacji tych kwestii jest dokonywany z perspektywy mniejszości lub też perspektywa ta dominuje²⁴.

Struktura wieku mniejszości to kolejny z czynników warunkujących specyfikę działalności mediów. Zróżnicowanie wiekowe odbiorców wymusza na redakcjach poszerzenie podejmowanej tematyki i sposobu jej prezentacji. Dwie główne grupy mające zupełnie inne oczekiwania wobec mediów to starsi i młodszy czytelnicy. Różnice najbardziej uwidaczniają się w zakresie sposobu korzystania z mediów. „Niewiele jest dziś rzeczy, które zmieniają się tak bardzo jak zachowanie w zakresie korzystania z mediów. Ponadto społeczność mniejszości tkwi w samym centrum największego

¹⁷ *Ohne Zeitung keine Minderheit*, „Grenzland” 2010, s. 125.

¹⁸ Zob. np. *Snowden soll vernommen werden*, [sh:z], „Der Nordschleswiger”, 9.05.2014, nr 106(69), s. 3.

¹⁹ *Bericht von EX-Minister Koch fordert Reform im Beschäftigungssystem*, [ritzau], „Der Nordschleswiger”, 21.01.2014, nr 17(69), s. 1.

²⁰ M. Lorenz, *Mutter und zwei Kinder hatten keine Chance*, „Der Nordschleswiger”, 7.02.2014, nr 32(69), s. 4.

²¹ Zob. np. K. Świerc, *Praca nad Dunajem*, „Wochenblatt.pl”, 26.03-4.04.2013, nr 13(1095), s. 17.

²² Zob. np. cykl Nasz Samorząd, *Po pierwsze: wzbudzać optymizm*, „Wochenblatt.pl”, 26.03-4.04.2013, nr 13(1095), s. 16.

²³ Zob. np. „Schlesisches Wochenblatt”, 13-19.12.2002, nr 50(558), s. 9.

²⁴ Ocenę tę potwierdzić może np. analiza zawartości i treści publikacji na temat kampanii i wyborów do Parlamentu Europejskiego zamieszczonych w dzienniku od 18.04.2014 r. do 10.07.2014 r., nr 16(1150)-27(1161).

dotychczas wyzwania, jakim jest zmiana pokoleń²⁵. Tematy interesujące młodzież i starszych czytelników, choć zbliżone, nie są tożsame. Redakcje muszą podjąć decyzję, czy starać się zadowolić gusta jednej z grup, licząc się z ewentualnością ograniczenia liczby czytelników, czy też próbować zastosować formułę mieszaną, ta jednak nie w pełni satysfakcjonuje każdą z grup.

W przypadku obydwu tytułów mamy do czynienia z próbą zaspokajania zróżnicowanych potrzeb odbiorców. Obydwie redakcje starają się włączać młodzież i dzieci do grona swoich czytelników. „Wochenblatt.pl” czyni to m.in. poprzez przekazywanie informacji związanych z aktywnością struktur organizacyjnych reprezentujących młodzież²⁶, relacjonowanie inicjatyw do nich adresowanych, takich jak konkursy recytatorskie, muzyczne czy też opublikowanie kolejnego numeru pisma adresowanego do tej grupy odbiorców²⁷. „Der Nordschleswiger” również nie zapomina o młodych odbiorcach, oferując im dział KiNA. Nachrichten für Kinder²⁸, a także przygotowując materiały do nauki języka niemieckiego dla szkół. Zmiana pokoleniowa i pozyskiwanie zainteresowania młodych czytelników stają się istotne także ze względu na możliwość kurczenia się grupy odbiorców²⁹, a także proces zmiany sposobów korzystania z mediów przez użytkowników, omówiony w dalszej części artykułu. Wiąże się ona również z poszukiwaniem następców – osób, które będą w stanie przygotowywać pismo w przyszłości.

Jednym z istotnych czynników określających warunki działalności wydawnictw prasowych jest potencjał organizacyjny. Poziom instytucjonalizacji mniejszości, zakres aktywności organizacji, a także i to, jak funkcjonuje redakcja są elementami wpływającymi na pisma. W przypadku obydwu analizowanych tytułów mniejszość go wydająca jest silnie zinstytucjonalizowana. Tytuły, od początku swojej działalności, powiązane były z organizacjami macierzystymi, były swego rodzaju kanałem komunikacyjnym dla organizacji. Redakcja „Der Nordschleswiger”, który powołano w 1946 r.³⁰, określała się nawet jako „tuba organizacji”. Podobnie swoją rolę określa

²⁵ *Es geht um mehr als Schlesische Knödel*, wywiad z Tilly Scholtz-Knobloch, „Wochenblatt.pl”, 2-9.06.2011, nr 23(1000), s. 9.

²⁶ Zobacz np. D. Mientus, *Integracja, komunikacja, współpraca*, „Wochenblatt.pl”, 23-29.05.2014, nr 21(1155), s. 7.

²⁷ A. Durecka, *Jugend im Einsatz*, „Wochenblatt.pl”, 29.01-4.02.2010, nr 5(930), s. 7.

²⁸ Zobacz np. „Der Nordschleswiger”, 3.12.2013, nr 282(68), s. 10.

²⁹ Zmniejszanie się grupy, do której adresowane jest pismo, dotyczy wielu redakcji. Przeobrażenia struktury społecznej, procesy migracyjne zagrażać mogą funkcjonowaniu tytułów. Z problemem tym zmagali się m.in. nieanalizowany w artykule „Zeitung für Dich” wydawany w Rosji. W latach 60. i 70. tytuł ten miał nakład blisko 6 tys. egz., na początku XXI w. wydawano jedynie 1300 egz. Z tego też względu, choć nie był to jedyny powód, pismo przekształciło się w dodatek do dziennika regionalnego „Altaiskaja Prawda”. N. Paulsen, *Das „Fähnchen” gibt es immer noch*, „Volks auf dem Weg” 2012, nr 12, s. 32.

³⁰ *Chronik*, „Grenzland” 2006, s. 87.

„Wochenblatt.pl”. W przypadku obydwu pism związek z organizacją macierzystą nadal jest bardzo silny. Wyraźniej uwidacznia się to w „Wochenblatt.pl”. Informuje on czytelników o decyzjach władz organizacji mniejszości, kolejnych spotkaniach, aktywności przedstawicieli mniejszości na scenie politycznej na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym³¹ – stając się swego rodzaju kroniką mniejszości niemieckiej w Polsce, choć błędem byłoby ograniczenie jego roli do tego tylko zadania. Realizuje on bowiem inne funkcje, jak m.in. integracja, zachowanie dziedzictwa historycznego i kulturowego grupy, upowszechnianie i zachowanie języka niemieckiego.

Warto mocniej zaakcentować, że sposób myślenia o medium mniejszości i w Polsce, i w Danii jest podobny. Traktowane są one jako podmioty, mające łączyć inne projekty medialne związane z mniejszością, jak np. przygotowywanie audycji radiowych – m.in. w Radiu Mojn („Der Nordschleswiger”). W przypadku pisma wydawanego w Polsce wszystkie projekty medialne mniejszości zostały skupione pod szyldem Zespołu Producentckiego Pro Futura³², który przygotowuje programy radiowe m.in. dla Radia Olsztyn, Radia Park, Radia Vanesa, a także telewizyjne dla regionalnej telewizji publicznej³³. „Zespolenie tych organizmów ma na celu zwiększenie wydajności, jakości i efektywności pracy obydwu redakcji”³⁴. Ten sposób myślenia o działalności pism, profesjonalizacja pracy redakcyjnej, częściowe uniezależnienie się od organizacji macierzystych, rywalizacja o odbiorcę sprawić mogą, że utracą one cechy różnicujące je od innych mediów, w tym komercyjnych.

Ostatnim z wyodrębnionych czynników wewnętrznych wpływających na sytuację mediów jest istnienie elity w środowisku mniejszości. Elita intelektualna to amalgamat, który warunkuje aktywność mniejszości narodowej w obszarze mediów. Intelktualiści są częstą grupą inicjującą powstanie mediów, doceniając potencjał, jaki one oferują. W okresie poprzedzającym powołanie tytułu i w pierwszej fazie działalności to zazwyczaj jednostki umożliwiają ich funkcjonowanie³⁵. Tak też było w obydwu analizowanych pismach. W Polsce istnienie tygodnika umożliwiło

³¹ Analiza zawartości pisma wydawanego w Polsce wskazuje, że w tytule dominuje tematyka związana z aktywnością mniejszości. Co przejawia się także i w tym, że wydarzenia pozornie niezwiązane z mniejszością są analizowane i interpretowane z perspektywy mniejszości. Szerzej na temat zawartości pisma: M. Jas-Koziarkiewicz, *Podróże po mniejszym niebie. Dotowane pisma mniejszości niemieckiej w Polsce jako prasa środowiskowa po 1989 roku*, Warszawa 2009.

³² *Dzień Otwartych Drzwi* w „Wochenblacie” [S-K], „Schlesisches Wochenblatt”, 7-13.01.2011, nr 2(979), s. 1; L. Bohlen, *op. cit.*, s. 14.

³³ <http://www.vdg.pl> [1.10.2014].

³⁴ K. Świerc, *21 Jahre – 1000 Ausgaben!*, „Wochenblatt.pl”, 3-9.06.2011, nr 23(1000), s. 21.

³⁵ Warto tu wskazać inny, niepoddany analizie tytuł mniejszości niemieckiej w Polsce, silnie związany z osobą jego założyciela, Fryderyka Kremsera, „Joseph von Eichendorff Konversationsatorium. Hefte für Kulturbildung” („Konwersatorium Josepha von Eichendorffa. Zeszyty Edukacji Kulturalnej”). Pismo to było tworzone i adresowane do elity intelektualnej zarówno niemieckiej, jak i polskiej.

zaangażowanie Andrzeja Krachera i Engelberta Misia³⁶. Początki dziennika wydawanego w Danii są związane z inicjatorami i założycielami tytułu: Matthiasem Hansenem, Ernstem Siegfriedem Hansenem i Jensem Schmidtem – którzy „napisali poruszający, nowy rozdział w niemiecko-południowojutlandzkiej historii prasy”³⁷. Aktywność elity nie ogranicza się jednak tylko do powołania pism, to ta grupa wpływa na ich zawartość i funkcjonowanie. Prawdopodobnie tę dostrzegają obydwaj tytuły. Z tego też względu podejmują działania służące zaangażowaniu młodzieży w prace redakcyjne. „Wochenblatt.pl”, a także organizacje reprezentujące mniejszość niemiecką w Polsce oferują kursy dla liderów oraz warsztaty dziennikarskie³⁸.

W jakich warunkach działają pisma mniejszości?

Wśród czynników zewnętrznych określających warunki działalności prasy mniejszości jednym z najważniejszych jest polityka państwa zarówno zamieszkania, jak i narodowego. Znaczenie mają również relacje pomiędzy obydwojma państwami – niekiedy warunkują one bowiem stosunek władz wobec mniejszości. W przypadku Danii i Polski mamy do czynienia z mniejszościami uznanymi prawnie. W Danii proces uznania praw mniejszości niemieckiej po II wojnie światowej ma jednak dłuższą tradycję niż w Polsce i związany jest z Deklaracją Bonn–Kopenhaga, podpisaną przez Niemcy i Danię w 1955 r.³⁹ W przypadku Polski proces pełnego uznania praw mniejszości niemieckiej związany jest z transformacją ustrojową, choć w okresie Polski Rzeczypospolitej Ludowej (PRL) istniała organizacja reprezentująca mniejszość⁴⁰. Prawa te zagwarantowano w konstytucji i kolejnych ustawach, a potwierdzone zostały i przedstawione zbiorczo w ustawie dedykowanej mniejszościom⁴¹. Warto zaznaczyć, że w Polsce i Danii proces określenia statusu mniejszości niemieckiej wiąże się z normalizacją stosunków pomiędzy państwem zamieszkania i pochodzenia⁴². Co

³⁶ K. Cholewa, *Wir wollen ihre Zeitung sein*, „Schlesisches Wochenblatt”, 3-9.12.1999, nr 48(400), s. 5.

³⁷ *60 Jahre Zeitung „Der Nordschleswiger”*, „Grenzland” 2006, s. 91.

³⁸ *Warsztaty. Partycypacja polityczna młodych liderów na poziomie lokalnym*, <http://www.vdg.pl/pl/article/2197-warsztaty-partycypacja-polityczna-mlodych-liderow-na-poziomie-lokalnym> [1.10.2014]; *IX Polsko-Niemiecka Akademia Dziennikarska*, <http://www.vdg.pl/pl/article/2043-ix-polsko-niemiecka-akademia-dziennikarska> [1.10.2014].

³⁹ F. Lubowitz, *60 Jahre Bund Deutscher Nordschleswiger 1945-2005*, s. 5, http://www.djfn.dk/uploads/60_Jahre_Bund_deutscher_Nordschleswiger.pdf [1.10.2014]. Dokument ten traktowany jest przez obydwaj państwa jako nowe wyznaczenie pokojowych ram współpracy.

⁴⁰ Chodzi o Niemieckie Towarzystwo Kulturalno-Społeczne. Z. Kurcz, *Mniejszość niemiecka w Polsce*, Wrocław 1995, s. 47.

⁴¹ Ustawa z dnia 6 stycznia 2005 r. o mniejszościach narodowych i etnicznych oraz o języku regionalnym, Dz.U. 2005, Nr 17, poz. 141.

⁴² Dotyczy to w przypadku Danii przywołanej już Deklaracji Bonn-Kopenhaga, a w przypadku Polski wskazać należy Traktat między Rzeczypospolitą Polską a Republiką Federalną Niemiec

więcej, uznanie praw mniejszości jest jednym z elementów normalizacji stosunków dwustronnych. Istnienie samych regulacji prawnych nie zapewnia jednak realizacji ich zapisów, choć jest warunkiem wstępnym. Równie ważne jak określenie praw jest ich zagwarantowanie w praktyce. Zarówno w Danii, jak i w Polsce realizacji praw mniejszości niemieckiej służą działania władz państwowych, jak np. powoływanie podmiotów reprezentujących interesy mniejszości, np. w Danii jest to Komisja Kontaktowa Niemieckiej Grupy Narodowej – Kontaktausschuss für die deutsche Volksgruppe bei Regierung und Parlament in Kopenhagen⁴³, a w Polsce powołana na mocy ustawy o mniejszościach narodowych Komisja Wspólna Rządu i Mniejszości Narodowych i Etnicznych (choć podmiot ten nie reprezentuje jedynie praw mniejszości niemieckiej). Dodatkowo do narzędzi gwarantujących prawa mniejszości zaliczyć można opracowanie i wdrażanie projektów służących zachowaniu odrębności mniejszości lub też dofinansowanie działalności organizacji reprezentujących mniejszość. Ze względu na tematykę artykułu szczególnie istotnym elementem jest polityka medialna państwa.

Określenie charakteru polityki medialnej państwa, wybór pomiędzy aktywną lub pasywną, ma niebagatelne znaczenie dla statusu mediów mniejszości. W przypadku Danii i Polski obydwa państwa zdecydowały się na prowadzenie aktywnej polityki medialnej. Decyzja ta określa warunki ramowe działania mediów. Zainteresowanie państwa sferą mediów przejawia się m.in. we wsparciu finansowym udzielanym podmiotom medialnym służącym zachowaniu i utrzymaniu odrębności mniejszości. W przypadku Polski i Danii pisma mniejszości niemieckiej korzystają z dofinansowania swojej działalności ze środków publicznych. „Der Nordschleswiger” dotację otrzymywał m.in. z Funduszu Wspierania Dystrybucji Prasy Codziennej w Danii (Dagbladspuljen). Pomoc przekazywana z tego źródła zapewnić miała wsparcie demokratycznej debaty, rozwój kultury i wzrost świadomości społecznej. W 2013 r. tytuł otrzymał w ramach tych środków blisko 1 mln 900 tys. koron⁴⁴. Działalność pisma była dofinansowana także ze strony niemieckiej przez Land

o dobrym sąsiedztwie i przyjaznej współpracy, podpisany w Bonn 17 czerwca 1991 r. (Dz.U. z 1992 r., Nr 14, poz. 56). W przypadku obydwu dokumentów ochrona „mniejszości narodowych została osadzona w kontekście dobrego sąsiedztwa”. Por. J. Barcz, *Rola standardów KBWE w ustaleniu treści klauzuli dotyczących ochrony mniejszości narodowych w traktatach bilateralnych Polski z pierwszej połowy lat dziewięćdziesiątych XX wieku*, [w:] *Prawa mniejszości narodowych*, red. T. Gardocka, J. Sobczak, Toruń 2010, s. 13.

⁴³ Szerzej na temat polityki Danii wobec mniejszości niemieckiej traktuje artykuł: M. Jas-Koziarkiewicz, *Polityka Danii wobec mniejszości niemieckiej i jej wpływ na sferę mediów*, [w:] *Małe państwa Europy*, red. D. Popławski, Warszawa 2009.

⁴⁴ *Endeligt tilskud fra Dagbladspuljen i 2013 – Kulturstyrelsen*, www.kulturstyrelsen.dk [1.10.2014].

Schleswig-Holstein⁴⁵. „Wochenblatt.pl” również otrzymuje dotacje na działalność od strony polskiej (Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji)⁴⁶ i niemieckiej (Institut für Auslandsbeziehungen)⁴⁷. Wsparcie państwa macierzystego dla pisma ukazującego się w Polsce obejmuje również pomoc przy jego przygotowaniu. W pracach redakcyjnych uczestniczyli i uczestniczą bowiem także asystenci przysyłani do Polski przez IfA⁴⁸.

Innym elementem związanym z polityką medialną państwa i mniejszościami jest obecność audycji o mniejszościach i dla mniejszości w programach nadawców. Kwestia ta jest regulowana zarówno w Danii, jak i Polsce. Ze względu na znaczenie dla analizowanego tematu dla mniejszości warto skoncentrować się na jednym tego przejawie – współpracy mniejszości z nadawcami publicznymi i komercyjnymi w przygotowaniu programów. Obydwe redakcje zaangażowały się w przedsięwzięcia zapewniające obecność języka i kultury mniejszości na antenach radiowych i w programach telewizyjnych. Programy realizowane są przez wydawców obydwu tytułów i na stałe wpisały się już w ramówki nadawców. Warto podkreślić, że mniejszość niemiecka w Danii i Polsce nie jest w pełni usatysfakcjonowana z zakresu obecności programów dla mniejszości i o mniejszościach w programach nadawców publicznych⁴⁹. Aktywność mniejszości i analizowanych tytułów w sferze mediów elektronicznych była oczywiście uwarunkowana przeobrażeniami technologicznymi i zmianą wzorów korzystania z mediów.

Kolejnym z czynników zewnętrznych wpływających na działalność mediów mniejszości jest relacja większość–mniejszość. W obydwu państwach w początkowej fazie wydawania tytułów nie spotykały się one z przychylnością większości. Wynikało to ze stosunku większości wobec mniejszości – co uwarunkowane było doświadczeniami z okresu II wojny światowej, a w Polsce dodatkowo z polityki narodowościowej prowadzonej w PRL-u. Stosunek ten potwierdzają we wspomnieniach ówczesni dziennikarze pracujący w pismach. Jak wspomina jeden z redaktorów naczelnych: „Do redakcji każdego tygodnia trafiały oszczercze listy – najczęściej anonimowe, odbieraliśmy dziwne telefony, często z pogroźkami, nie tylko wyzywano nas od hitlerowców i faszystów”⁵⁰. Stopniowo jednak tytuły, podobnie jak sama mniejszość,

⁴⁵ *Bericht der Landesregierung Minderheiten und Volksgruppenpolitik in der 17. Legislaturperiode (2009-2012), Minderheitenbericht 2011*, s. 66, 172, http://www.schleswig-holstein.de/STK/DE/Schwerpunkte/Minderheitenpolitik/Minderheitenbericht/pdf/minderheitenbericht2011__blob=publicationFile.pdf [1.10.2014].

⁴⁶ *Decyzja Ministra Administracji i Cyfryzacji z dnia 17 grudnia 2013 r.*, <http://mniejszosci.narodowe.mac.gov.pl/mne/dotacje/2014/dotacje/7493,Decyzja-Ministra-Administracji-i-Cyfryzacji-z-dnia-17-grudnia-2013-r.html> [1.10.2014].

⁴⁷ L. Bohlen, *op. cit.*, s. 40.

⁴⁸ A. Durecka, *Die ifa-Geschichten*, „Wochenblatt.pl”, 3-9.06.2011, nr 23(1000), s. 8.

⁴⁹ Oceny takie odnaleźć można m.in. w strategiach rozwoju obydwu mniejszości.

⁵⁰ E. Miś, *Ein kleiner Grund zum Feiern*, „Schlesisches Wochenblatt”, 2-8.10.2001, nr 44(500), s. 5. Podobne problemy dotyczyły także „Der Nordschleswiger”. Zob. J. Kühl, *Mniejszości narodowe*

zyskiwały większą akceptację większości, co więcej same redakcje, dostrzegając to, starały się i starają docierać ze swoją ofertą także do większościowego odbiorcy⁵¹.

To, jak funkcjonują tytuły mniejszości narodowych, w coraz większym zakresie uzależnione jest od sytuacji na rynku mediów regionalnych, krajowych, a także światowych. Podobnie jak media masowe, muszą one zmierzyć się z rozwojem nowych technologii i konkurencją na rynku.

Nowe technologie powodują ograniczenie liczby czytelników tytułów i zmiany sposobu konsumpcji mediów przez odbiorców. Zgodnie z danymi Eurobarometru w 2012 r. odbiorcy najczęściej wybierali telewizję. 87% Europejczyków deklarowało, że codziennie lub prawie codziennie korzysta z tego medium. Drugie miejsce zajmuje Internet (56%), trzecie radio (50%). Codziennie lub prawie codziennie po prasę sięga 33% Europejczyków, a 30% używa mediów społecznościowych⁵². Dane te potwierdzają mocną pozycję mediów elektronicznych oraz Internetu, co mocniej uwidacznia się w tendencjach w tym zakresie w ciągu ostatnich 5 lat, a także pokazują spadek zainteresowania ofertą prasy drukowanej.

Sytuację na rynku prasowym należy jednakże oceniać w odwołaniu do danych dla poszczególnych państw. W przypadku Polski codzienne czytanie prasy zadeklarowało 10% respondentów, co jest jednym z najniższych wyników w Europie. W Danii prawie codziennie czyta prasę 49% badanych. Dane te nie pozostają jedynie liczbami, pokazują bowiem, w jakich warunkach funkcjonują media mniejszości. Warto choćby wskazać na pojawiającą się w debacie publicznej kwestię możliwości zniknięcia prasy, wynikającą właśnie ze zmian wzorów konsumpcji mediów⁵³. Co więcej, analitycy i futurologi wskazują datę „śmierci” prasy w poszczególnych państwach⁵⁴. Wobec tych prognoz redakcje nie mogą być obojętne.

Zmiana preferencji odbiorców to nie jedyne „zmartwienie” prasy mniejszości narodowych, które związane jest z postępem technologicznym. Czytelnicy oczekują bowiem od mediów drukowanych uatrakcyjnienia oferty i wymuszają wykorzystanie właśnie nowych technologii. W przypadku mediów mniejszości wywołują konieczność dostosowywania się. Początkowo obejmowała ona przygotowanie stron

w Unii Europejskiej na przykładzie mniejszości niemieckiej w Danii, [w:] *Perspektywy wspierania mniejszości narodowych w Polsce w kontekście przystąpienia do Unii Europejskiej*, Opole 2002, s. 33.

⁵¹ „*Wer uns heute liest...*”, s. 90.

⁵² Standard Eurobarometer 80, Autumn 2013, November 2013, s. 5.

⁵³ Jako przykład dyskusji na temat kondycji i przyszłości mediów wskazać można, wywołującą znaczący rezonans w środowisku badaczy mediów, monografię Bernarda Pouleta, *Śmierć prasy i przyszłość informacji*, Wołowiec 2011.

⁵⁴ Zob. np.: <http://futureexploration.net/future-of-media>. W zamieszczonym tam schemacie przedstawiono, że tytuły drukowane znikną w Polsce w 2025 r., a w Danii 2023 r.

internetowych, obecności redakcji w serwisach społecznościowych, coraz częściej jest równoznaczne z oferowaniem odbiorcom także e-gazet.

Konieczność podążania za nowoczesnością dostrzegają redakcje i wydawcy analizowanych tytułów. Jak podkreślił przewodniczący Związku Prasy Niemieckiej w Danii, Hans Christian Bock: „Nawet »Der Nordschleswiger« musi się dopasować do skoku technologicznego w ostatnich latach. Na początku pojawiło się radio, później rozpoczęto pracę z Internetem. Następnie przyszły kolejne programy radiowe i ostatnią poważną zmianą było wprowadzenie w zeszłym roku [2009 – M.J.K.] e-gazety. Dzięki temu »Der Nordschleswiger« jest kompletny i dostępny na całym świecie”⁵⁵. Wymusza to zmianę sposobu myślenia na temat wydawcy tytułu, który przestaje funkcjonować na podstawie zasad właściwych dla dawnych domów wydawniczych, a staje się przedsięwzięciem multimedialnym. Podobne opinie na temat rozwoju tytułu przedstawia redaktor naczelny „Wochenblatt.pl”. Jak podkreśla, praca redakcji dotyczy obecnie mediów tradycyjnych i elektronicznych (radio, telewizja), co wynika także z adekwatności tych mediów do przekazywania określonych kategorii informacji. „Oprócz tych trzech gałęzi działalności w późniejszym okresie ma też powstać redakcja internetowa, w której wszystko będzie w formie mieszanej. Dziś nikt dokładnie nie wie, jak za 10 lat będzie musiała wyglądać koegzystencja tych mediów, aby zachować perspektywę na przyszłość”⁵⁶. Stanowisko to podziela Bernard Gaida, przewodniczący Związku Niemieckich Stowarzyszeń Społeczno-Kulturalnych w Polsce. Jak zaznaczył: „mniejszości jak i inne związki, które chcą być aktywne w mediach, muszą postępować zgodnie z duchem czasu i przede wszystkim koncentrować się na mediach cyfrowych”⁵⁷.

Poszerzenie obszarów aktywności o media elektroniczne i Internet prowadzi do zwiększenia oferty adresowanej do czytelników. Obydwie redakcje proponują swoim odbiorcom strony internetowe (<http://www.wochenblatt.pl/>, <http://www.nordschleswiger.dk/>) zawierające artykuły wybrane z wydań papierowych, audycje radiowe i telewizyjne w języku niemieckim przygotowywane przez wydawcę tytułu, profile w mediach społecznościowych („Wochenblatt.pl” – ponad 777 polubień, „Der Nordschleswiger” – 1305) – prezentujące nie tylko materiały prasowe, ale także informujące o wydarzeniach istotnych dla mniejszości – a także e-gazetę. Zwiększanie oferty wiąże się niestety ze wzrostem wydatków, a także zmianami pokoleniowymi

⁵⁵ „*Unser bestes Pferd im Stall*”, Pressevereinsvorsitzender H.C. Bock macht sich für die Zeitung im Medienhaus Der Nordschleswiger stark, „Grenzland” 2010, s. 124-125.

⁵⁶ *Es geht um mehr als Schlesische Knödel*, wywiad z Tilly Scholtz-Knobloch, „Wochenblatt.pl”, 2-9.06.2011, nr 23(1000), s. 9.

⁵⁷ <http://www.wochenblatt.pl/index.php/politik/item/2809-minderheiten-medien-wo-geht-die-reise-hin> [1.10.2014].

w strukturach redakcji tak, by media elektroniczne tworzone były przez osoby rozumiejące logikę ich działania.

Uatrakcyjnianie oferty pociąga za sobą wydatki. Kwestie dotyczące finansowania tytułów są palące ze względu na źródła finansowania ich działalności. Istotną część ich budżetów stanowią bowiem dotacje państwowe. Biorąc pod uwagę spadek nakładów tytułów prasowych, w tym mniejszości, drugie ze źródeł finansowania działalności – wpływy ze sprzedaży – będą się zmniejszać. Wymusza to na tytułach poszukiwanie dodatkowych źródeł finansowania lub też zwiększenie wpływów z reklam⁵⁸ (co znów wymaga dostosowywania oferty do potrzeb czytelników tak, by tytuły miały poziom sprzedaży satysfakcjonujący reklamodawców) i subwencji budżetowych. Również i te ostatnie nie są pewne. Tu istotna pozostaje ocena roli pism mniejszości dokonywana przez państwo. Jak podkreślają same redakcje, konieczne jest wprowadzenie nowych kryteriów oceny. Nie powinno być ono sprowadzane jedynie do liczby czytelników, liczby abonentów i osób kupujących tytuł. Ich oddziaływanie i rolę dla mniejszości należy oceniać np. w odwołaniu do kliknięć i odpowiedzi na posty⁵⁹.

Wykorzystanie nowych technologii, różnicowanie oferty, a także obserwowanie trendów na rynku czytelników i reklamodawców są działaniami nieuniknionymi jeszcze z jednego powodu – konkurencji. Choć potocznie uznaje się, że czynnik ten nie ma znaczenia w przypadku mediów mniejszości, które są mediami środowiskowymi, analizując działalność dwóch wybranych tytułów, można dojść do zgoła odmiennych wniosków. Same redakcje dostrzegają, że konkurencja na rynku mediów to czynnik wpływający na ich działalność. „Wszystkim dziennikom jest trudno na rynku [...]”. Podczas gdy w 1985 r. wydawanych było w Danii 47 dzienników w łącznym nakładzie 1,85 miliona egzemplarzy, obecnie [2006 – M.J.K.] ukazują się 32 dzienniki o nakładzie 1,35 miliona egzemplarzy⁶⁰. Działania na rzecz poszerzenia kręgu odbiorców i różnicowanie ofert przez pisma sprawiają, że tytuły te wchodzą w konkurencję z pismami adresowanymi do większościowego odbiorcy. Ze względu na częstotliwość ukazywania się (dziennik) jest ona szczególnie istotna dla „Der Nordschleswiger”, a także ze względu na zdefiniowanie przez redakcję w 2014 r. swojej pozycji na rynku mediów jako tytułu regionalnego. Jak zaznaczono w sprawozdaniu rocznym Związku Niemców Szlezewiku Północnego, pismo wprowadza nową strategię marketingową, która zakłada, że kierować się będzie „nie tylko do niemieckiej grupy narodowej, ale również do większości mieszkańców Szlezewiku Północnego”⁶¹. Przypomnijmy, że konkurencja z innymi tytułami prasowymi nie ogranicza się jedynie do walki

⁵⁸ Obydwie redakcje zamieszczają reklamy.

⁵⁹ *Unser bestes Pferd im Stall*, op. cit., s. 124.

⁶⁰ „*Wer uns heute liest...*”, s. 90.

⁶¹ *Berichte von den Verbänden der deutschen Minderheit*, [w:] *Geschäftsbericht 2013*, s. 22, [http://www.bdn.dk/files/\\$misc/Geschaeftsbericht%202013-Layout.pdf](http://www.bdn.dk/files/$misc/Geschaeftsbericht%202013-Layout.pdf) [1.10.2014].

o czytelnika, ale także o zainteresowanie reklamodawców i walkę z innymi typami mediów. Podstawową różnicą pomiędzy mediami mniejszości a tymi zaliczanymi do mediów głównego nurtu jest powiązanie tych ostatnich z koncernami medialnymi, co ułatwia działania adaptacyjne do zmian na rynku.

Ostatnim z trendów obserwowanym na rynku mediów masowych, a mającym wpływ na sytuację prasy mniejszości niemieckiej, jest tabloidyżacja. Jak zauważa przewodniczący Związku Prasy Niemieckiej w Danii, H.C. Bock, „jakościowe, aktualne relacjonowanie (również lokalne) i dziennikarstwo kulturalne jest zagrożone, podczas gdy relacje sportowe i inne »lekkie« wydarzenia zyskują na znaczeniu”⁶², tendencja ta nie dotyczy jedynie mediów mniejszości, ale wszystkich mediów. Proces tabloidyżacji jest dla mediów mniejszości niebezpieczny ze względu na specyfikę ich działalności. Zajmują się one bowiem tematami poważnymi, starają się nie tylko relacjonować życie mniejszości, ale także informują o wydarzeniach regionalnych czy ogólnokrajowych. Zagadnienia, na jakich się koncentrują, mogą być mniej interesujące niż te, które oferują media konkurencyjne, adresowane do większościowego odbiorcy. Sytuacja prasy mniejszości jest w tym kontekście znacznie poważniejsza niż w przypadku prestiżowej prasy ogólnokrajowej czy też regionalnej. Tabloidyżacja może warunkować bowiem zmianę tematyki, a w dłuższej perspektywie doprowadzić do utraty wyjątkowości mediów mniejszości. Staną się one bowiem podobne do mediów większości. Redakcje muszą starać się odnaleźć własną drogę, dopasować do oczekiwań odbiorców, nie tracąc przy tym swojego charakteru i nie zapominając o misji, jaką mają realizować wobec mniejszości. Czynią to m.in. poprzez poszerzanie dotychczasowej oferty także o inne kanały dotarcia do odbiorców (Internet), jak również modyfikując i zmieniając jakość wydania papierowego (np. szata graficzna)⁶³.

Podsumowanie

Wskazanej w tytule drogi poszukują, poszukiwały lub będą poszukiwać wszystkie media drukowane wydawane przez mniejszości, a nie jedynie przez mniejszość niemiecką. Co więcej wyzwania, jakie stoją przed tradycyjnymi mediami mniejszości, nie dotyczą w wymiarze geograficznym jedynie Europy, ale całego świata. Media mniejszości narodowych tak samo jak media adresowane do większości muszą dostosowywać się do zmieniającej się rzeczywistości medialnej, zmian wzorów wykorzystania mediów, dodatkowo w ich przypadku istotne znaczenie mają zmiany polityki państwa zamieszkania i narodowego, nastawienie większości do mniejszości i wzajemne ich

⁶² *Der Kitt, der alles zusammenhält*, „Grenzland” 2010, s. 127.

⁶³ „Wochenblatt.pl” kilkakrotnie zmieniał layout. Ostatnia modyfikacja była w 2011 r., nr 2 (980), 1420.01. Zmieniono wówczas nie tylko nazwę gazety, ale także jej układ, śródtytuły itd.

relacje. Dostosowania te nie są jedynymi. Media mniejszości, odgrywając służebną rolę wobec organizacji macierzystych, nie mogą zapominać o procesach zachodzących w niej samej.

Analizując wpływ czynników zewnętrznych i wewnętrznych na „Wochenblatt.pl” i „Der Nordschleswiger”, uznać należy, że obydwie redakcje samodzielnie i właściwie identyfikują istniejące zagrożenia i szanse. Podejmują również działania mające zminimalizować zagrożenia. Wiele czynników oddziałujących na kondycje prasy mniejszości sprawia jednakże, że ich sytuacja jest trudna. Świadomość zmian i działania dostosowawcze nie muszą bowiem zapewnić przetrwania prasy mniejszości, są jednak nieodzowne, by możliwość taką stworzyć.

**“Wochenblatt.pl” and “Der Nordschleswiger” –
magazines of the German minority in search of their own way**

Abstract

National and ethnic minorities strive to preserve and develop their distinct identities. It is done, among other things, through the actions of organizations representing interests of the minorities and through the activity of the media which address and are created for the minorities. These media, such as the press, function in a constantly changing social, political, cultural and technological reality. The minority itself and what it represents, is also an important factor in the development of the press. The aim of the paper is to present the factors that determine the situation of the German minority press. The analysis took into account internal factors (those connected with the minority) as well as external factors (not connected with the minority). The problem is discussed through the use of two case studies: the weekly magazine “Wochenblatt.pl” issued in Poland and “Der Nordschleswiger” which comes out in Denmark.