

Identitäten

und interkulturelle Verständigung

im Wirtschaftsleben

Beiträge der SSIP-Tagung in Potsdam am 27. September 2003

Hrsg. für den
Sozialwissenschaftlichen Studienkreis
für internationale Probleme e.V.
von
Armin Triebel

SSIP - Mitteilungen
Sonderheft2003

Berlin 2004

12. OLGA RÖSCH

Frau Prof. Rösch vertritt das Fach interkulturelle Kommunikation mit Schwerpunkt Osteuropa in Forschung und Lehre an der Technischen Fachhochschule **Wildau** und ist Leiterin des dortigen „Instituts für Interkulturelle Kommunikation“

Neue Identität Polens

1. Vorbemerkung

Eine neue Selbstdefinition Polens in einem veränderten gesellschaftlich-politischen Kontext der erweiterten Europäischen **Union**, ist eine **schlüssige** Folge nach den grundlegenden Transformationen der letzten zwei Jahrzehnte in Osteuropa. Die im Land vorherrschende Aufbruchstimmung steht im Einklang mit einem gewachsenen Selbstvertrauen der Polen, was sich u.a. auch in einer nach außen neuen Darstellung der eigenen Identität äußert. **Allerdings** scheint der Wahrnehmung dieses Wandels auf der deutschen Seite etwas Zwiespältiges anzuhaften.

Der Beitritt Polens zur EU hat hierzulande in der Tat ein neues bzw. anderes Interesse¹ für den östlichen Nachbarn geweckt: Polen - als ein Kooperationspartner in politisch ruhigen Zeiten, ein Partner, der einen ganz besonderen Wert darauf legt, in jeder Hinsicht als Gleichberechtigter behandelt zu werden. Das Gebot der Symmetrie in der Kommunikation ist zwar für alle Teilnehmer als Ideal erstrebenswert. Die Realität in der Geschäftskommunikation, vor allem im Wirtschaftsbe-
reich, entspricht verständlicherweise diesem Denkbild noch nicht. Was die deutsch-polnische Kooperation betrifft, so können wir leider nicht sagen, daß die Beziehung so unbeschwert ist wie z.B. zu Portugal oder traditionell so gut funktioniert wie z.B. zu Ungarn. Die Tragödien des 20. Jahrhunderts haben das heutige

1 Die Anzahl allein der Informationsveranstaltungen über Polen, die z.B. die deutschen **IHKs** regelmäßig anbieten, ist in den letzten drei Jahren enorm gestiegen. Auch auf diversen Konferenzen wird das Thema der deutsch-polnischen Zusammenarbeit auf verschiedenen Gebieten (Wirtschaft, Politik, Wissenschaft) mehr denn je bedacht. Entsprechend hat das Interesse für einschlägige Veröffentlichungen zugenommen, vgl. z.B. Olga Rösch (Hrsg.) 1999, 2000, 2003a, 2003b.

Selbstverständnis der Deutschen und der Polen nachhaltig geprägt.

2. Selbstwahrnehmung und Geschichte

Bei dem Blick auf den historischen Aspekt des heutigen Kommunikationsgeschehens soll es nur um einen kurzen Exkurs in die Entwicklung der polnischen nationalen Mythen und eines neuen Selbstbildes Polens gehen; kulturanthropologisch gesprochen, um einige Aspekte der gegenwärtigen Identitätsdarstellung Polens. Uns interessiert hier nicht die polnische Geschichte an sich und auch nicht deren historisch-politische Bewertung, sondern deren Einfluß auf die Konstituierung des nationalen Selbstverständnisses bzw. der aktuell-politischen Identität Polens.

Vier historische Konstellationen sind in Erinnerung zu rufen.

1) Die Annahme des lateinischen (römisch-katholischen) Christentums in den Jahren 966/967 war sicher für die Bindung Polens an den Westen Europas und für die konfessionell-kulturelle Abgrenzung zu dem griechisch-orthodoxen Rußland entscheidend.

2) Die Einrichtung des Wahlkönigtums 1572 führte zur Ausbildung der Adelsdemokratie und zur Entwicklung einer eigenen **Adelskultur**², für die unter anderem der Geist der Nicht-Unterwerfung unter irgendeine Zentralmacht als charakteristisch gelten kann (vgl. **Wilkievicz, 2000:67f**).

3) Die dreimalige Teilung Polens (1772, **1793**, 1795), das Verschwinden des eigenen Staatsgebildes für mehr als ein Jahrhundert, hat dem Begriff des Nationalstaates eine besondere Bedeutung verliehen. Auch die Tatsache, daß in der polnischen Geschichte die Konkordanz von Nation, **Ethnie**, Staat, Volk, territorialer Einheit und Kulturgemeinschaft oft gefehlt

2 Vgl. z.B. Leszek Ziatkowski (2001), Dariusz Adamczyk (2001).

hat, scheint bis in die Gegenwart ein empfindliches, unruhiges und vor allem „schwankendes“ Selbstverständnis (vgl. Wojciechowski, 2002:3ff) der Polen zu verursachen.

4) Der Zweite Weltkrieg, Vernichtungslager sowie die nochmalige Liquidation und nachfolgende Verschiebung Polens zählen zu den traumatischen Ereignissen der polnischen Geschichte.

Es ist eine wohlbekannte Tatsache, daß historische Ereignisse in allen Kulturen zu politischen Mythen und Ritualen umgedeutet und in Abhängigkeit von der aktuellen politischen Situation in der Historiographie und Literatur neu ausgelegt, d.h. **funktionalisiert**³ werden. Aus funktionaler Perspektive kann „Mythos“ als eine Form der gesellschaftlichen Kommunikation betrachtet werden, als „eine Form der Tradierung von Vorstellungen und Werten, die viel über das Selbstverständnis einer Gemeinschaft (Nation) aussagt, dagegen weniger über die empirische Nachprüfbarkeit durch wissenschaftliche Methodik“ (vgl. Willkiewicz, 2000:59). So haben wir es in Polen des öfteren mit einer romantischen Geschichtsschreibung zu tun, z.B. was die **Re-Interpretation** der kriegerischen Auseinandersetzung mit Russen, Deutschen, Türken und Schweden betrifft. In einer späteren „legendären Überhöhung“ einiger historischer Ereignisse wurde im nationalen Bewußtsein immer wieder das „**Helden–Opfer–Syndrom**“ befestigt und bis in die Solidarnosc-Bewegung hinein **auch** durch die christliche Symbolik **attribuiert** (vgl. ebd. S. 61ff).

Der Mythos des Adels wurde in der polnischen Geschichtsschreibung (besonders in der Zeit der Romantik) positiv mit Begriffen wie Heldentum, Ehre der Polen und des Landes Polen und dem Gebot der Lösung der polnischen Frage assoziiert, selbst wenn die faktische Leistung des Adels in der polnischen Geschichte oft eine andere war. „Das Muster des adligen Habitus - mit einer spezifischen Vorstellung von Freiheit - blieb weit in das 20. Jahrhundert wirksam“, schreibt Willkiewicz (ebd. S.67). Der 3. Mai ist nicht umsonst

der Nationalfeiertag: An diesem Tag des Jahres 1790 wurde vom polnischen Adel eine der ersten **Verfassungen** Europas geschrieben. Der Adel-Habitus schimmert immer z.B. in der Opposition gegen jede Zentralmacht („aufständischer Geist der Polen“, vgl. Wojciechowski, 2002:4) durch, in der Hofierung der Frauen oder in der als Höflichkeit einzustufenden Aufrundung eines Titels „nach oben“, etwa wenn selbst ein stellvertretender Minister als „**Minister**“ aneredet wird (vgl. ebd. S. 11).

An dieser Stelle soll kurz resümiert werden: Der Rückgriff auf den Begriff politischer Mythos mit seiner „sakralen Dimension“ (Bizeul, 2000:17) erscheint in unserem Zusammenhang insofern von Bedeutung, als er zu verdeutlichen **vermag**, daß die Darstellung der eigenen Identität nicht frei von Mythen erfolgt, insbesondere wenn eine gewisse **Unsicherheit**⁴ mit im Spiel ist. Die politischen Mythen können einen realistischen Blick auf die Gegenwart versperren, was in den oben zitierten **Publikationen**⁵ von polnischen und deutschen Historikern und Soziologen, die um die „Zertrümmerung“ der Mythen bemüht sind, deutlich zum Ausdruck kommt. „Politische Mythen und Rituale sind ambivalente symbolische Codes, die sowohl eine positive, integrative und mobilisierende als auch eine gefährliche, manipulative und letztlich desintegrative Funktion erfüllen können“, schreibt Bizeul (2000:5f) über die Wechselbeziehung von Mythen und realem Handeln. So war z.B. der Helden-Mythos sicherlich eine positive, mobilisierende Kraft bei dem Warschauer Aufstand 1944 und auch in den anderen für Polen schwierigen Zeiten. Polnische Wissenschaftler sind der Meinung, daß z.Z. die polnische nationale Symbolik und die politischen Mythen in der Gesellschaft zwar nicht offen **revisionsiert** werden, aber die Emotionen, die sie begleiten, viel schwächer geworden sind. Es zeichne sich in Polen eine deutliche „**Entmythologisierung**“⁶ lange verbindlicher Traditionslinien

4 Janusz Reiter, Interview. In: Spiegel online (2003).

5 Vgl. Yves Bizeul (Hrsg.) (2000).

6 vgl. dazu auch Thomas Urban (1998:7): „[...] die Zeit der Mythen [...] scheint erst einmal der Vergangenheit anzugehören“.

3 So wurde z.B. in der deutschen Geschichte der **Herrmann-Mythos** mehrfach uminterpretiert (Napoleon-Krieg, Kaiserreich, Weimarer Republik) und ist heute völlig **belanglos**. vgl. Andreas Dömer (2000).

und Haltungen" ab, stellt Willkiewicz fest (2000:71).

Trotz aller Katastrophen und Rückschläge gilt das 20. Jh. unter polnischen Historikern in einem gewissen Sinne als „das Jahrhundert der Polen". So schreibt A. Krzeminski in seinem historischen Essay „Polen im 20. Jahrhundert": Die Tatsache, daß die Daseinsberechtigung Polens heute von niemanden angefochten wird, ist letztendlich „eine bittere Erfolgsstory" (1992:9). Das Jahrzehnt nach dem Zusammenbruch des Ostblocks ist schon keine bittere, sondern eine richtig beflügelnde Erfolgsstory Polens.

Das alte Bild des gemarterten Polens, das durch das Martyrium des Zweiten Weltkrieges verstärkt wurde und in den Opfern der Solidarnosc seine Fortsetzung fand, bekam inzwischen eine starke Konkurrenz. Das konkurrierende Bild heißt: aufstrebendes, erfolgreiches und selbstbewußtes Polen. Die Zeiten, als die ostmitteleuropäischen Länder sich auf einer „Rutschbahn ins Chaos" (Krzeminski, 1992:8) befanden, sind tatsächlich weitgehend vorbei und die Aufbauphase ist voll im Gange. Polen hat sich inzwischen zu einem ehrgeizigen und dynamischen Wettbewerber, in Bezug auf Ostdeutschland sogar zu einem ernstesten Konkurrenten entwickelt. Diese Aufbruchstimmung findet ihren Ausdruck auch in der politischen Selbstdarstellung Polens.

3. Selbstvorstellung und Selbstdarstellung

Schauen wir uns einige Text-Passagen aus der Publikation von **Czesław Bielecki**, dem Vorsitzenden des Auswärtigen Ausschusses des **Sejm**, „Polen auf dem Weg in die Europäische Union" (2001) an⁷:

*Nach zwei Jahrzehnten Kampf und Reformen sind wir zumindest in einer Beziehung **vollkommen „westlich" geworden. Das begehrteste Marktkapital ist das Human- und Informationskapital geworden. Wir haben den Anschluss an das Informationszeitalter vollzogen.*** (S.20)

*Die Polen sind sehr tatkräftig. ... Die Polen haben ihren **Unternehmensgeist** in vielen Bereichen, sowohl im privaten als*

auch im öffentlichen Sektor, erfolgreich unter Beweis gestellt. (S. 33)

*Die Theorie des Humankapitals findet in Polen ihre Bestätigung. Der **Bildungsgeiz der Jugendlichen** hat deutlich zugenommen.* (S. 38)

*Auf der globalen Liste der **Wirtschaftsriesen** nimmt Polen mit seinem BIP von **143 Milliarden US-Dollar** den **28. Platz** [...] ein. Die Tschechische Republik belegt [...] den 75. und Ungarn den **91. Platz.*** (S.38)

*Der durchschnittliche Wirtschaftswachstum beträgt über 5%. [...] Wenn Polen schon heute Mitglied der EU werden würde, wäre es die **elfte Wirtschaftskraft** der Gemeinschaft. Gemessen am BIP würden wir uns vor Finnland, Griechenland, Portugal, **Irland** und Luxemburg platzieren.* (S.39)

*Laut der von Experten der Weltbank durchgeführten Analyse der Kapitalmärkte in Mittel- und Osteuropa ist die **Warschauer Wertpapierbörse (GWP)** die **am besten entwickelte Börse** in der Region.* (S.46)

*Der aufstrebende und aufnahmefähige **polnische Arbeitsmarkt** kann [...] als Chance für viele Arbeitnehmer in Berlin und in vielen strukturschwachen Teilen Nordbrandenburgs betrachtet werden.* (S.63)

*Polen hat im letzten Jahrzehnt seine **Führungsrolle** in den Transformationsprozessen der Staaten Mittel- und Osteuropas bewiesen. Wie in einem amerikanischen Drehbuch der **hero in action** haben wir gezeigt, daß wir auch Europa ändern können, indem wir uns ändern.* (S.70)

Der Text bietet mehrere Möglichkeiten, die alten nationalen Mythen wie z.B. den Heldenmythos (*hero in action*) und den **oppositionellen**⁸ Geist (Einspruch gegen die Richtsätze, Praktiken, Festlegungen in der EU) zu identifizieren, Mythen, deren sinnstiftende wie integrative - und in der Konsequenz positive - **Funktionen**⁹ für die aktuelle Situation in Polen hier keineswegs in Frage gestellt werden. Weiterhin läßt sich im Text eine Art „Widerlegung" der althergebrachten ethnischen Stereotypen

8 vgl. auch Wojciechowski (2002:4) und Urban (1998:7) „Wir lassen uns nicht unterkriegen".

9 vgl. Y. Bizeul, S.22 ff.

7 Hervorhebungen von O.R.

über Polen („Sie haben das Arbeiten nicht **erfunden**“, „Sie können gut **improvisieren**, aber nichts ganz normal ordentlich durchführen“¹⁰ u.ä.) erkennen. Auch ist im Text unübersehbar, daß das Bedürfnis der geistig-kulturellen **Verortung** Polens im „Westen“ Europas (vermutlich als Abgrenzung zum **zivilisatorisch „zurückgebliebenen“** Osten) für das Selbstverständnis Polens nach wie vor von großer Bedeutung ist¹¹. Der im Text von Bielecki akzentuierte Bildungsehrgeiz der Jugendlichen ist ohne Zweifel ein zukunftsbestimmendes Zeichen der Aufbruchzeit in Polen. Die neue Wertschätzung des eigenen Humankapitals im Kontext des expliziten wie impliziten Vergleichs mit dem „**Westen**“ indiziert zugleich einen emanzipatorischen Anspruch, der auch von anderen polnischen Zeitgenossen formuliert wird. So schreibt z.B. **Wojciechowski** (2002:26): „Die Zivilisationslücke hat sich in den oberen Schichten fast geschlossen und die Polen möchten partnerschaftlich behandelt werden.“

Es ist unverkennbar, daß der Text, der an die breite Öffentlichkeit im In- und Ausland gerichtet ist, neben der faktenorientierten positiven Entwicklungsbilanz auch die Arbeit am neuem Image Polens illustriert. Daß Polen auf Identitätssuche ist, wird *expressis verbis* auch von anderen polnischen Persönlichkeit deklariert. So äußert sich z.B. Reiter gegenüber dem **Spiegel**¹²: „Polen ist gerade dabei, eine neue Identität für ein Leben in Europa zu entwickeln.“ Die für Polen neue geopolitische und wirtschaftliche Konstellation und vor allem der erfolgreiche Transformationsprozess führen logischerweise zu Korrekturen der Selbstdefinition.

Allerdings kann man sich kaum des Eindruckes erwehren, daß sich diese Imagearbeit im funktionalen Sinne als Konstruierung eines neuen Mythos offenbart. Die verblaßte geglaubten Muster der Mythos-Genesis scheinen hier noch zu wirken. In der deutschen Wahrnehmung jedenfalls tragen ein derartiges Hervorheben der

Errungenschaften und Erfolge bei den jüngsten Reformen, Beweise der „Verwestlichung“, Hinweise auf die Größe des Landes und deren Bevölkerungszahl sowie auf Wirtschaftspotential und Humanressourcen Polens (angesichts der gegenwärtigen Schwierigkeiten in der Wirtschaftskooperation besonders in der **Grenzregion**¹³) z.T. selber mythische Züge.

4. Fremdwahrnehmung und Identitätsbildung

Es ist niemandem zu verdenken, wenn er stolz auf die Errungenschaften seines Landes ist. Ein wirtschaftlich starkes und stabiles Polen mit seiner dynamischen Entwicklung kann für die EU in jeder Hinsicht nur ein Gewinn sein. „Und doch herrscht Skepsis“, stellt Homolka (2001:7) in seinem Vorwort zum Aufsatz von Bielecki fest. Der Anspruch Polens auf „**kompromißlose**“ Gleichberechtigung führt z.T. zumindest zu Irritationen. An den nichtöffentlichen Reaktionen auf die Selbstdarstellung der Polen läßt sich beobachten, daß in Deutschland die Bereitschaft, die Polen so zu akzeptieren, wie sie sich selbst sehen und gesehen werden möchten, oft fehlt. Die Persistenz dieses alten negativen Heterostereotyps ist umso erstaunlicher, als das neue, der Zukunft zugewandte Selbstbild der polnischen Gesellschaft eine motivierende Vision und keinerlei nachtragende Ressentiments gegenüber Deutschland enthält.

Die Antwort auf diese Frage lenkt den Blick von den Polen und ihrer Gesellschaft auf die Deutschen und ihre Geschichte. Kollektive Identität ist nicht die essentielle Eigenschaft einer Kulturgemeinschaft, sondern resultiert aus den Eigenarten einer Kommunikationsbeziehung. Es ist nicht außergewöhnlich, daß ein zu positives Selbstbild des kulturell Fremden auf Ablehnung stößt und in der Reaktion eher zu dessen Abwertung führt¹⁴. Auch im Rahmen einer kleinen Studie aus dem Jahre 2000¹⁵, in der die polnischen und

10 vgl. Steffens, 2003:141.

11 So schreibt z.B. Wojciechowski (2002:26): „[...] bei all den Fortschritten, die Polen in den letzten Jahren gemacht hat, wird es bald keinen wesentlichen Unterschied mehr zu Westeuropa geben.“

12 Vgl. Interview mit Janusz Reiter (2003).

13 Vgl. Joachim Linstedt (2003).

14 Vgl. dazu den Image-Verlust der USA nach Beginn des Irak-Krieges mit deren missionarischem Anspruch, das „Böse“ zu bekämpfen.

15 Olga Rösch (2000a).

deutschen Studenten über ihre Selbst- und Fremdbilder befragt wurden, ist dieses Reaktionsmuster wieder sichtbar geworden. Den deutschen Studenten ist das Selbstbild der polnischen Studenten zur Beurteilung vorgelegt worden. Bis auf einige Ausnahmen reagierten sie (für die Verfasserin damals unerwartet) mehrheitlich verhalten bis mißbilligend auf das positive Autostereotyp der Polen. Zur Begründung wurde u.a. angegeben: „So spricht man über sich selbst nicht“ und „Die Polen bewundern sich zu viel und schätzen sich zu hoch ein“.

Die Vorbehalte gegenüber dem Fremden haben in erster Linie jeweils mit einem selbst bzw. mit der eigenen Situation zu tun: Das Eigene entsteht und existiert nur im bzw. als Vergleich und Kontrast zum Fremden. Der kulturell Fremde „muß“ uns in unserer Vorstellung von ihm auch immer noch konvenieren. Hier wird ganz deutlich: Identität entsteht als Ergebnis einer Kommunikation.

Nun sollten wir uns fragen, ob dieses neue Selbstbild der Polen und ein entsprechendes Auftreten in unsere Vorstellung bzw. in unser Fremdbild von Polen paßt? Das nicht wegzuleugnende Wirtschaftsgefälle zwischen Deutschland und Polen haben wir indessen vor Augen - mit allen daraus resultierenden Asymmetrien in der Kommunikation. Trotz Wirtschaftswachstum liegt die Arbeitslosigkeit in Polen bei 20%¹⁶. Der Begriff „polnische Wirtschaft“¹⁷ mit tradierten negativen Konnotationen ist im Bewußtsein der Deutschen als Vorurteil bisweilen gegenwärtig. Ein Hindernis für die deutsch-polnische Wirtschaftskooperation sind diese Vor- und Einstellungen jedoch nicht. Die Anzahl der deutschen **Unternehmen**, die in Polen z.Z. tätig sind, nimmt ständig zu. Dem Bericht aus „Die Welt“ vom 8.3.2004 zufolge sind es inzwischen 6000. Die positiven **Erfahrungen**¹⁸ mit polnischen Geschäftspartnern werden sicherlich das Negativstereotyp von der polnischen „Wirtschaft“ weiter verdrängen.

Die gegenwärtige Ambivalenz in der Einstellung zu Polen legt die Annahme nahe, daß es sich hierbei um **Ungleichzeitigkeit**

ten der „materiellen“ und „ideellen“ Seiten des Transformationsprozesses in Polen handelt: Einerseits geht es um eine erfolgreiche wirtschaftliche Angleichung Polens an die Strukturen der westeuropäischen Marktwirtschaft und andererseits um unterschiedliche politische Diskurse (mit all ihren politischen Korrektheiten) im Kontext der Europäischen Union. Der letztere Aspekt scheint gewisse kulturelle Mißverständnisse zu verursachen.

Schon aus historischer Perspektive führen Deutsche und Polen unterschiedliche Diskurse in Bezug auf nationale Identität. Während in Deutschland vielfach über eine „Absage an das überlieferte kollektive ‚nationale‘ Kulturverständnis“, über „post-nationale Republik“ bzw. „Entscheidung für eine individualistische republikanische **Kultur**“¹⁹ (wenn überhaupt!) diskutiert wird, geht es in Polen um Entfaltung und Stärkung des nationalen Bewußtseins angesichts des EU-Beitritts. Dies wird z.B. auch in der Äußerung von J. Reiter deutlich: „[...] alle, die **hofften**, eine europäische Identität könnte die nationale ersetzen, haben sich **getäuscht**“ (vgl. Reiter, 2003). Der **Ent-Emotionalisierung** der Thematik Staat, Nation, Identität usw. in Deutschland steht ein vergleichsweise emotionaler Umgang mit den gleichen Begriffen in Polen gegenüber.

Auch in Bezug auf die Darstellung der Identität haben wir gegenläufige Attitüden zu konstatieren: Die geistig-kulturelle Entwicklung nach dem Zweiten Weltkrieg mit einer gewissen Destruktion des Traditionell-Nationalen und der Wertewandel zugunsten eines wirtschaftlichen Pragmatismus und die zunehmende Rücksicht auf die Stimmen der Nachbarn haben die Deutschen „kosmopolitischer als andere Nationen“ gemacht, meint **Wolff-Poweska**²⁰. Die „**verstümmelte**“²¹ deutsche Identität - so die Autorin weiter - stoße bei Kontakten mit Polen „auf einen Patriotismus, der den Deutschen in seinem Charakter, seiner Zelebrierung wie emotionalen Überhöhung kaum verständlich ist [...]“ (vgl. ebd.). Auch wenn in der Selbstdarstellung der Deutschen etwas Ironie und

16 „Die Welt“ (21.02.04) „Polens neue Stunde null“.

17 R. Loew / A. Pfeifer (2000:251).

18 vgl. Bernd Hentschel (2003).

19 Vgl. Dieter Oberhöfer (2000:162).

20 vgl. Anna Wolff-Poweska (2003).

21 Anführungszeichen hier von Wolff-Poweska.

Selbstkritik zum guten Ton gehören, ist den Deutschen die ausgeprägte Identität einer Industrienation keineswegs abzusprechen.

5. Schlußbemerkung

Wie alle anderen Veränderungen müssen auch Entwicklungen der Identität und des damit verbundenen Habitus erst verarbeitet werden, und zwar von allen betroffenen Seiten. Man erinnere sich nur daran, wie lange Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg noch mit den gängigen Vorurteilen (Revanchismus, Nationalismus, Brutalität usw.) konfrontiert war.

Reiter stellt in seinem Interview realistisch fest, daß es seitens der EU wenig Bereitschaft gebe, „die Motive der polnischen Politik und die Psychologie des Landes zu verstehen“ (vgl. Interview in „Spiegel online“, 2003). Um das Auftreten Polens bei der Abstimmung über die EU-Verfassung verständlicher zu machen, erklärte Reiter (vgl. ebd.), daß bei Polen die Identität und das Geltungsbedürfnis stärker ausgeprägt seien, als dies bei anderen EU-Beitrittsländern der Fall sei. Ob die Lage dadurch verständlicher geworden ist? Die Mythologisierung des Eigenen wirkt hier eher kontraproduktiv. Dabei scheint eben dieses „Nicht-verstehen-Wollen“ seitens der EU einschließlich Deutschlands die My-

thologisierung („*hero in action*“) geradezu zu fördern.

Sicherlich tragen die eingangs beschriebene Unsicherheit bzw. das schwankende Selbstvertrauen zur hohen Emotionalität in der Frage der politischen Identität Polens bei. Auch die Befürchtung, in der Sicherheits- und Außenpolitik an die „Peripherie“ Europas abgedrängt zu werden (vgl. Reiter, ebd.), geht zurück auf schmerzliche Erfahrungen der Vergangenheit, als die nationalen Interessen Polens den Machtkämpfen der „Großen“ zum Opfer fielen. Damit verbunden ist vermutlich auch das Gefühl, als Kulturnation in Deutschland nicht genügend Beachtung erfahren zu haben. Diese Empfindung fand des öfteren ihren Niederschlag in den Äußerungen der polnischen Intellektuellen, z.B.: „Die Deutschen stehen mit dem Rücken zu Polen“ (vgl. Urban, 1998:6) und: „Warschau oder Krakau lagen zumindest außerhalb des Gesichtskreises eines deutschen Bildungsbürgers“ (vgl. Krzieminski, 1992:7).

Aus westlicher Perspektive fällt es tatsächlich oft schwer, die „Tagespolitik anhand der historisch und kulturell bedingten Spezifik der Ostmitteleuropäer“ zu verstehen, schreibt Krzieminski (ebd. S.8). Aber sicherlich liegt einiges auch an uns Deutschen, warum die Polen so **dezidiert** die Gleichberechtigung einfordern.

Literatur:

Bizeul, Yves (2000) (Hrsg.): *Politische Mythen und Rituale in Deutschland, Frankreich und Polen*, Bd. 34 *Ordo Politicus*, Berlin 2000.

Bielecki, Czesław (2001): *Polen auf dem Weg in die europäische Union*, Hrsg. Alfred Herrhausen Gesellschaft für internationalen Dialog, Ein Forum der Deutschen Bank, Frankfurt am Main 2001.

„Die Welt“ (21.02.04): „Polens neue Stunde null“.

Dörner, Andreas (2000): *Politische Integration durch symbolische Politik. Der Hermannsmythos und die deutsche Nation*, in: Bizeul, Yves (Hrsg.) *Politische Mythen und Rituale in Deutschland, Frankreich und Polen*, Bd. 34 *Ordo Politicus*, Berlin 2000.

Hentschel, Bernd (2003): *Virtuelles deutsch-polnisches Logistik-Broker-System. Erfahrungsbericht zu einem europäischen Verbundvorhaben*, in: Rösch, O. (Hrsg.) *Veränderungen in Europa. Anforderungen an interkulturelle Kommunikation mit osteuropäischen Partnern*, Wildauer Schriftenreihe Interkulturelle Kommunikation, Bd. 5, S. 135-140, Berlin 2003.

Krzeminski, Adam (1992): *Polen im 20. Jahrhundert. Ein historischer Essay*, Beck'sche Reihe, München 1992

Krzeminski, Adam (2000): *Der Mythos der Nation und seine Rituale in der Republik Polen*, in: Bizeul, Yves (2000) (Hrsg.): *Politische Mythen und Rituale in Deutschland, Frankreich und Polen*, Bd. 34 *Ordo Politicus*, Berlin 2000, S.143-152.

Linstedt, Joachim (2003): *Südbrandenburger Unternehmen - Der schwierige Weg nach Osten*, in: Rösch, O. / Hoerschelmann, v.A. (Hrsg.) *Osterweiterung der Europäischen Union und kulturelle Grenzen*, Reihe Interkulturelle Verständigung mit Mittel- und Osteuropa, Bd.1, Berlin 2003.

Loew, R. / Pfeifer, A. (2000): *Zur Bestätigung und Entkräftung von Stereotypen in deutschen Presstexten über Russen und Polen*, in: Rösch, Olga (Hrsg.) : *Stereotypisierung des Fremden. Auswirkungen in der Kommunikation*, Wildauer Schriftenreihe Interkulturelle Kommunikation, Bd. 4, Berlin 2000, S. 243-258.

- Oberhöfer, Dieter (2000): *"Deutschland ein Mythos? Von der nationalen zur postnationalen Republik"*, in: Bizeul, Yves (Hrsg.): *"Politische Mythen und Rituale in Deutschland, Frankreich und Polen"*, Ordo Politicus, Bd. 34, Berlin 2000, S. 161-196.
- Reiter, Januzs (2003): Interview *"Vom Westen weht ein Wind des Egoismus - Polens EU-Positio"*, in: SPIEGEL ONLINE, 2003 <http://www.ish.com/1072011626949.html>
- Rösch, Olga (Hrsg.) (1999): *"Interkulturelle Kommunikation mit polnischen Partnern in Wirtschaft und Wissenschaft"*, Wildauer Schriftenreihe Interkulturelle Kommunikation, Bd. 3, 204 Seiten, 1. Aufl., Berlin 1999.
- Rösch, Olga (2000): *"Alles beim Alten? Ergebnisse einer Befragung polnischer und deutscher Studenten"*, in: Rösch, O. (Hrsg.): *"Stereotypisierung des Fremden. Auswirkungen in der Kommunikation"*, Wildauer Schriftenreihe Interkulturelle Kommunikation, Bd. 4, 1. Aufl., S. 207-222, Berlin 2000.
- Rösch, Olga (Hrsg.) (2000): *"Stereotypisierung des Fremden. Auswirkungen in der Kommunikation"*, Wildauer Schriftenreihe Interkulturelle Kommunikation, Bd. 4, 300 Seiten, 1. Aufl., Berlin 2000.
- Rösch, Olga (Hrsg.) (2003): *"Veränderungen in Europa - Anforderungen an interkulturelle Kommunikation mit osteuropäischen Partnern"*, Wildauer Schriftenreihe Interkulturelle Kommunikation, Bd. 5, 1. Aufl., 247 Seiten, Berlin 2003.
- Rösch, Olga / Hoerschelmann, Axel v. (Hrsg.) (2003): *"Osterweiterung der Europäischen Union und kulturelle Grenzen"*, Schriftenreihe Interkulturelle Verständigung mit Mittel- und Osteuropa, Bd. 1, 144 Seiten, Berlin 2003.
- Steffens, Bella (2003): *"Vorurteile - ein Investitionshemmnis. Überlegungen am Beispiel Irlands und Polens"*, in: Rösch, O. (Hrsg.): *"Veränderungen in Europa. Anforderungen an interkulturelle Kommunikation mit osteuropäischen Partnern"*, Wildauer Schriftenreihe Interkulturelle Kommunikation, Bd. 5, S. 141-144, Berlin 2003.
- Urban, Thomas (1998): *"Polen"*, Beck'sche Reihe **"Länder"**, München 1998.
- Wilkiewicz, Zbigniew R. (2000): *"Die großen nationalen Mythen Polen"*, in: Bizeul, Yves (2000) (Hrsg.): *"Politische Mythen und Rituale in Deutschland, Frankreich und Polen"*, Bd. 34 Ordo Politicus, Berlin 2000, S. 59-72.
- Wojciechowski, Krzysztof (2002): *"Knigge für deutsche Unternehmer in Polen"*, Hrsg. IHK Frankfurt (Oder) 2002.
- Wolff-Poweska, Anna (2003): *"Vergiss, wenn du vergessen kannst"*, in: Freitag 51, online: www.freitag.de/2003/51/02510801.php, und in: WeltTrends Nr.40/2003, online www.welttrends.de
- Ziatkowski, Leszek (2001): *"Die Adelsrepublik - zur Entstehung einer spezifischen politischen Kultur in Polen"*, in: Nettelmann, Lothar / Adamczyk, Darius (2001): *"Zur Frage einer polnischen Nationalkultur. Polen in Europa: Vergangenheit, Gegenwart, Zukunft"*, Online in der Schriftenreihe des UNESCO-Clubs für die UNESCO-Schule am Maschsee, Bismarckschule Hannover, e.V., <http://www.politiklehrrverband.org/Publikat/polkult/pkszla.hat>