

Beihefte zum ORBIS LINGUARUM
Herausgegeben von Edward Bialek und Eugeniusz Tomiczek

Band 31

Hubert Orłowski: DIE LESBARKEIT VON STEREOTYPEN
Der deutsche Polendiskurs im Blick historischer
Stereotypenforschung und historischer Semantik

Wrocław 2004

Gutachter: Wojciech Kunicki

Redaktionelle Bearbeitung: Anna Wojciechowska
DTP: Agnieszka Lachowicz

Fotografia na okładce pochodzi z propagandowego zbioru
„Polnische Wirtschaft“, Gaupresseamt der Gauleitung Wartheland,
przechowywanego w Instytucie Zachodnim w Poznaniu

ISBN 83-7432-016-8
ISSN 1426-7241

© for this edition by Oficyna Wydawnicza ATUT and Hubert Orłowski

Verlag: Oficyna Wydawnicza ATUT – Wrocławskie
Wydawnictwo Oświatowe. 50-010 Wrocław, Podwale 62
Tel. (71) 3422056, Fax (71) 3413204, E-mail: oficyna@atut.ig.pl

Wpisano do Księgi Akcesji

INHALT

Vorwort 7

I. Standpunkte, Ansätze

Stereotype der ‚langen Dauer‘ und sozialhistorische Diskursanalyse	13
Stereotype der ‚langen Dauer‘	14
Historische Semantik und sozialhistorische Diskursanalyse	22
Klarstellung	32
Aufklärung – Öffentlichkeit – Fremdstereotype	41
Öffentlichkeit – Gelehrte Welt	42
Verschränkte Diskurse: Bürgerlicher Werteimmel – Kameralismus – Staatengeschichte	50
Fremdstereotype und Nations(erf)indung	63

II. Verortungen

Pufendorfs Polenbild und die reichspublizistische Option	72
Der Begriff ‚Wirt(h)schaft‘ im preußisch-polnisch-litauischen Grenzland des frühen 18. Jh.s	83
Die Polen: Torso einer politischen Adelsnation	94
Eine gescheiterte Interessengemeinschaft des 19. Jh.s: Deutsche Liberale und polnische Demokraten	108
‚Deutsch‘ oder ‚preußisch‘? Zum polnischen Deutschenbild im 19. Jh.	120
‚Casting‘ einer okkupierten Stadt	126
Von einer „alterwürdigen deutschen Stadt“. Krakau im NS-Diskurs	141
‚Polnische Wirt(h)schaft‘: Ein Stereotyp als ‚Makrodefinition‘?	148
Namenregister	157
Nachweise	163