

Beihefte zum ORBIS LINGUARUM  
Herausgegeben von Edward Białek 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  
„Polische 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



943.0

N 15 742

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	
Werte himmel – Kameralismus – Staatengeschichte .....	50
Fremdstereotype und Nations(erf)findung .....	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 „altehrwürdigen deutschen Stadt“. Krakau im NS-Diskurs .....	141
„Polnische Wirt(h)schaft“: Ein Stereotyp als „Makrodefinition“? .....	148
Namenregister .....	157
Nachweise .....	163