

WALDEMAR CZACHUR / MARCIN POPRAWA

Uniwersytet Warszawski / Uniwersytet Wrocławski

 <https://orcid.org/0000-0002-8343-4765> /  <https://orcid.org/0000-0002-6035-4623>

„Drang nach Osten“ als Visiotyp im polnischen konservativen Mediendiskurs

Im Mittelpunkt des Aufsatzes steht die Frage, mittels welcher multimodaler Komponenten das Stereotyp „Drang nach Osten“, in dem sich die polnische Wahrnehmung von Deutschland als Bedrohung und Gefahr bündeln, als Visiotyp in der polnischen konservativen Presse realisiert wird. Stereotype als kommunikative Phänomene werden nicht nur sprachlich, sondern auch visuell repräsentiert. Deswegen wird in der Arbeit zunächst die Geschichte des Stereotyps „Drang nach Osten“ nachgezeichnet und eine lexikalische Analyse der parlamentarischen Debatte aus der Zwischenkriegszeit, der Zeit der Volksrepublik Polen sowie der Phase 1989-2019 durchgeführt, um die dominanten Bedeutungsprofile des Begriffs „Drang nach Osten“ herauszuarbeiten. Anschließend wird auf die visuellen Stereotype und Visiotype sowie auf die Titelseiten von Zeitschriften und Visiotype als multimodale Texte eingegangen, um ferner anhand ausgewählter Titelseiten die multimodalen Elemente des Visiotyps zu identifizieren. Aus der Analyse geht hervor, dass sich die konservative Presse solcher Visiotype bedient, die sich auf Kreuzritter, Preußen und Nationalsozialisten bezieht.

Schlüsselwörter: „Drang nach Osten“, Stereotyp, deutsch-polnische Beziehungen, linguistische Stereotypenforschung, Visiotyp, multimodale Analyse

„Drang nach Osten” as a Visiotype in the Polish Conservative Media Discourse

In this article, we try to answer the question by means of which multimodal components is the stereotype “Drang nach Osten”, that is a conceptualization of the threat and danger to Poland from Germany, realized in the Polish conservative press. We assume that stereotypes are communication phenomena, which are represented not only linguistically, but also visually. Therefore, the article first describes the history of the “Drang nach Osten” stereotype and presents its lexical analysis on the basis of a corpus of Polish parliamentary debates from three important periods: the interwar period, the People’s Republic of Poland, and the present day after 1989. This allows for a reconstruction of the dominant semantic profiles of the slogan “Drang nach Osten”. The article then discusses such problems as the visual stereotype, the visiotype and the ways it is used for the cover of weekly opinion magazines, the visiotype as a multimodal message. It closes with an analysis of the multimodal components of the “Drang nach Osten” visiotype on the basis of selected covers. The research proves that when depicting Polish-German relations the conservative press reaches for visiotypes that refer to the propaganda stereotype of the “German” (“Crusader”, “Prussian” and “Nazi”).

Keywords: “Drang nach Osten”, stereotype, Polish-German relations, linguistic research of stereotypes, visiotype, multimodal analysis

„Drang nach Osten“ jako wizjotyp w polskim konserwatywnym dyskursie medialnym

W niniejszym artykule próbujemy odpowiedzieć na pytanie, za pomocą jakich komponentów multimodalnych realizowany jest w polskiej prasie konserwatywnej stereotyp „Drang nach Osten”, czyli konceptualizacja zagrożenia i niebezpieczeństwo dla Polski ze strony Niemiec. Wychodzimy z założenia, że stereotypy to fenomeny komunikacyjne, które reprezentowane są nie tylko językowo, ale także wizualnie. Dlatego w artykule najpierw opisano historię stereotypu „Drang nach Osten”, a także pokazano jego analizę leksykalną na podstawie korpusu polskich debat parlamentarnych z trzech ważnych okresów: dwudziestolecie międzywojenne, PRL, współczesność po 1989 roku. Pozwoliło to zrekonstruować dominujące profile semantyczne sloganu „Drang nach Osten”. Następnie omówiono takie problemy, jak: stereotyp wizualny, wizjotyp i sposoby jego wykorzystania na użytek okładek tygodników opiniotwórczych, wizjotyp jako przekaz multimodalny. Artykuł zamyka analiza multimodalnych komponentów wizjotypu „Drang nach Osten” na podstawie wybranych okładek. Badania wykazały, że prasa konserwatywna – przedstawiając relacje polsko-niemieckie – sięga po wizjotypy, które nawiązują do stereotypu propagandowego „Niemca” („Krzyżaka”, „Prusaka” i hitlerowca”).

Słowa kluczowe: „Drang nach Osten”, stereotyp, stosunki polsko-niemieckie, lingwistyczne badania stereotypów, wizjotyp, analiza multimodalna

1. Vorbemerkungen

Das Ziel des Beitrages ist es, die multimodalen Elemente des Visiotyps „Drang nach Osten“ anhand einiger Titelseiten konservativer Zeitschriften in Polen herauszuarbeiten. Im Mittelpunkt unserer Analyse steht die Frage, wie sich das Stereotyp „Drang nach Osten“, in dem sich die polnische Wahrnehmung von Deutschland als Bedrohung und Gefahr bündelt, als Visiotyp in der konservativen Presse multimodal materialisiert. Uns interessieren die multimodalen Elemente, also sowohl die visuellen Elemente als auch ihr Zusammenspiel mit den sprachlichen Elementen, die im kollektiven Gedächtnis als tradiert gelten, mittels derer dieses Stereotyps als Visiotyp realisiert wird.

Bei der Analyse des Schlagwortes „Drang nach Osten“ lassen sich nach LEUSCHNER (2002) zwei Fragestellungen in der Forschung unterscheiden: eine faktographische, die sich mit der Geschichte und Verbreitung des Ausdrucks seit seinem Auftauchen Mitte des 19. Jahrhunderts befasst, und eine ideologiekritische, die sich mit seiner semantischen und ideologischen Analyse sowie seiner historischen Einordnung und Relativierung beschäftigt. Wir ergänzen diese ideologiekritische Forschungsrichtung um die multimodale sowie semiotische Analyse und fragen nach den multimodalen bzw. visuellen Konstituenten dieses Stereotyps als Visiotyp. Damit ist unsere Arbeit einerseits in der medienlinguistischen Multimodalitätsforschung (vgl. OPIŁOWSKI 2015; KLUG 2016; SZCZEPANIAK 2021; CZACHUR / OPIŁOWSKI / SMYKAŁA 2022) und andererseits in der diskurslinguistischen Stereotypenforschung (vgl. GARSZTECKI 1997; DĄBROWSKA 1999; CZACHUR / LÜGER 2018; KACZMAREK 2018; LOEW 2018; RADA / CSATÁR / PÉTERI 2021; DĄBROWSKA-BURKHARDT / HANUS 2022) zu verorten.

Wir gehen davon aus, dass die kognitiven, sinnstiftenden, sozialen und kulturellen Funktionen von Stereotypen nicht nur auf der Ebene der Sprache, sondern auch auf der Ebene der Bilder realisiert werden, denn bei Stereotypen handelt es sich um kognitive Repräsentationen, die sich aus dem Gut der Semiosphäre speisen (vgl. PIEKOT 2007:62, auch BARTMIŃSKI 2009). So wird hier zunächst die Geschichte des Stereotyps „Drang nach Osten“ kurz skizziert (Kap. 2) und auf die Bedeutungsprofile des Begriffs „Drang nach Osten“ in parlamentarischen Debatten in Polen (Kap. 3) eingegangen, um ferner die visuellen Stereotype und Visiotype (Kap. 4) sowie Titelseiten und Visiotype als multimodale Texte zu thematisieren (Kap. 5). Anschließend versuchen wir, anhand ausgewählter Titelseiten die multimodalen Elemente des Visiotyps herauszuarbeiten (Kap. 6).

2. Die Geschichte des Stereotyps „Drang nach Osten“

Zu den festen Bestandteilen der modernen politischen Mythologie und auch der ideologisierten Geschichtsschreibung der deutsch-polnischen Beziehungen in Polen und in Deutschland gehört das Schlagwort „Drang nach Osten“;¹ mit dem Deutschland als Gefahr für Polen und die bilateralen Beziehungen als antagonistisch konzeptualisiert werden (vgl. LABUDA 1964; WIPPERMANN 1981; LEMBERG 1992; MEYER 1996; TKACZYŃSKI 1997; PATECKA-FRAUENFELDER 2010; LEUSCHNER 2012, 2013; ARENDARSKA / ŁADA-KONEFAŁ / SENDHARDT 2021). Dieser Ausdruck tauchte Mitte des 19. Jahrhunderts mit der Entstehung der Nationalstaaten (einschließlich des Konzepts des Pangermanismus) und dem Aufstieg des preußischen Staates in der deutschen und anschließend in der europäischen Publizistik auf. Als politischer Begriff stützte er sich auf die stereotype Gegenüberstellung friedliebender Slawen einerseits und kämpferischer, aggressiver Germanen andererseits.

Dieser kontextuell variabler Begriff ging in Polen in verschiedenen geschichtlichen Phasen in das Repertoire kultureller und politischer Symbole ein und galt hauptsächlich in seiner Funktion eines Feindbildes als kollektiv geteiltes Deutungsmuster deutscher Außenpolitik bzw. Expansionspolitik: zunächst in der Zeit der deutschen Reichsgründung, dann – chronologisch gesehen – im Deutschen Kaiserreich in der Bismarck-Ära und schließlich in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts mit der Etablierung des nationalsozialistischen Konzepts des *Lebensraums* sowie der tatsächlichen territorialen Ansprüche im Zweiten Weltkrieg und dann im Kalten Krieg.²

¹ In Anlehnung an PLEITNER (2013) gehen wir davon aus, dass „Drang nach Osten“ als Schlagwort, Mythos, Topos, Stereotyp, Ideologie, intellektuelles Konstrukt oder historisches Konzept definiert wird, und argumentieren, dass diese Bezeichnungen gar nicht im Widerspruch zueinander stehen, sondern vor dem Hintergrund unterschiedlicher Ansätze definiert werden (vgl. PLEITNER 2013, auch LEUSCHNER 2013).

² Hier noch eine längere Erklärung: „[...] Drang nach Osten [ist] ein typisches (in diesem Fall phrasenförmiges) Stigmawort, das einem spezifischen Kollektiv (gewöhnlich – aber nicht immer – den Deutschen) eine negative Evaluation zuordnet. Dies war bereits das Motiv der ersten bekannten Erwähnung des Ausdrucks (noch in der Form Drang nach dem Osten mit Definitartikel) in dem Pamphlet „Die deutschen Hegemonen“, das der polnische Historiker und Publizist Julian Klaczko 1849 in Berlin veröffentlichte. Er reagierte damit auf die schwere Krise in den Beziehungen zwischen der deutschen und der polnischen Nationalbewegung im Gefolge der Revolution von 1848. Nachdem sich die große Mehrheit der deutschen

Das Schlagwort wurde wiederum in der deutschen Publizistik und Geschichtsschreibung, die auf der Ideologie des „deutschen Nationalgeistes“ basierte, zu einem Argument, um politische Expansionsabsichten in Europa im Sinne der Kulturträgertheorie zu legitimieren. Wie LEMBERG feststellt, „[...] bot [die Floskel vom „Drang nach Osten“] eine irrationale Schein-Erklärung für einige Phänomene in der Geschichte der Deutschen zu ihren östlichen Nachbarn“ (LEMBERG 1992:27). Denn mit diesem Schlagwort sollten einerseits die mittelalterlichen Kulturleistungen des Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation sowie die Tradition der deutschen Ostsiedlung (Landesausbau) in den slawischen Gebieten des 12. bis 14. Jahrhunderts (z.B. Magdeburger Recht, Migration des deutschen Bürgertums, künstlerische und wissenschaftliche Strömungen aus dem Gebiet des Deutschen Reiches usw.) und andererseits die Expansionspolitik des Bismarck'schen Preußens (z.B. Kulturkampf, aggressive Ansiedlungspolitik im polnisch besiedelten Osten usw.) gegenüber den Ländern östlich des deutschen Staates erklärt und gerechtfertigt werden (vgl. WIPPERMANN 1981; LEMBERG 1992; MEYER 1996; PATECKA-FRAUENFELDER 2010). Die Verschränkung des Bildes³ des deutschen Ordensritters als Kulturträger mit den Errungenschaften des preußischen Staates samt seiner Konsolidierungs- und Reformpolitik und dem Aufstieg zur Großmacht sowie dem Ausbau der Einflussosphäre des preußischen Staates gegenüber den Nachbarn, hier vor allem Polen in der Zeit der Teilung, tauchte als zentrale Selbstcharakteristik des Preußens im 19. Jahrhundert, als positiver Autostereotyp auf (vgl. TAZBIR 1992:30).

Nationalversammlung in der Paulskirche dafür ausgesprochen hatte, Preußen einschließlich dessen polnischen Teilungsgebietes in den zu gründenden deutschen Nationalstaat aufzunehmen, und dies z.T. in aggressiver Weise zivilisationsmissionarisch begründet hatte (Wippermann 1999), meinte Klaczko Ähnlichkeiten zwischen dem Verhalten des Deutschen Ritterordens im 15. Jahrhundert und den Deutschen seiner eigenen Zeit zu erkennen: ‚Bei dem deutschen Orden damals, wie bei dem deutschen Parlament jetzt, entschuldigte der ‚Drang nach dem Osten‘ alle Verbrechen‘ (Klaczko 1849, 30). Die Anführungsstriche könnten nahelegen, dass Drang nach dem Osten aus einer ungenannten deutschen Quelle stammte, tatsächlich aber hatte Klaczko (der 1847 in Königsberg als Historiker promoviert hatte) den Ausdruck aus Versatzstücken des historischen deutschen Diskurses seiner Zeit zusammengesetzt, in dem zuvor bereits viel vom ‚Drängen‘ der Germanen, dem mittelalterlichen deutschen ‚Zug nach dem Osten‘ und dgl. die Rede gewesen war (Wippermann 1981, 2007)“ (LEUSCHNER 2018:105).

³ In dieser Arbeit werden solche Begriffe wie Bild und Konzept als Synonyme verwendet.

In den Nachbarländern von Preußen hingegen, also sowohl u.a. in Polen, aber auch in Frankreich oder England, fungierte das Konzept eines „Drangs nach Osten“ als Schreckgespenst, um kollektive Ängste vor der „deutschen Bedrohung“ hervorzurufen. Es weckte auch Erinnerungen an den Deutschen Orden als aggressive deutsche Haltung gegenüber Polen, die mit der Expansion der Komturei aus Marienburg (pol. Malbork) im Osten und in den baltischen Gebieten einherging. Im kollektiven Gedächtnis der Polen in der Zeit der Teilung hingegen funktionierte er als Mythos des „ewigen“ deutsch-polnischen Antagonismus und wurde dann auch zu einem der wichtigsten Bestandteile des Heterostereotyps der Deutschen als Preuße und Kreuzritter (vgl. SZAROTA 1996; WRZESIŃSKI 2007). Die politisch instrumentalisierte Angst vor der „deutschen Bedrohung“, verstanden als eine Expansion, die Merkmale einer militärischen und territorialen Aggression trägt (vgl. STOMMA 1980; WÓYCICKI 1990; WEBER 2015), war auch in der kommunistischen Propaganda und Erinnerungskultur in der Volksrepublik Polen zentral (vgl. CZACHUR / LOEW 2022). Mit dem Bild eines revisionistischen, imperialen Westdeutschlands (gemeint ist die Bundesrepublik) sollte nach der Logik der kommunistischen Machthaber die durch den Zweiten Weltkrieg traumatisierte Gesellschaft mobilisiert und somit auch die kommunistische Herrschaft legitimiert werden. Mit der Wende 1989 in Polen erfolgte auch ein Wandel in der polnischen Außenpolitik. Die intellektuelle Elite unterstützte nicht mehr das negative Bild vom Nachbarland, sondern sah in der Annäherung an das sich vereinigende Deutschland eine Voraussetzung für die Westernisierung und Europäisierung Polens (vgl. TOMALA 2000). Das schlug sich auch im politischen und parlamentarischen Diskurs nieder, der vom Geist der Versöhnungsmesse in Kreisau 1989 sowie des Nachbarschaftsvertrages aus dem Jahre 1991 geprägt war und auch den Beitritt Polens in die EU und dann auch in den Schengen-Raum möglich machte. Trotz der politisch unterstützten Annäherung und Versöhnung zwischen Polen und Deutschland nach 1991 schwang in den Äußerungen einiger politischer Kräfte nicht nur in Polen immer wieder das Konzept mit, Deutschland verfolge in seiner Außen- und Europapolitik – auch gegenüber Polen – hegemoniale und imperialistische Ziele ganz im Geiste der Teilungspolitik des preußischen Staates im 19. Jahrhundert.

3. Lexikalische Analyse der Bedeutungsprofile des Begriffs „Drang nach Osten“

Die Analyse der multimodalen Persuasion des uns interessierenden Schlagwortes beginnen wir allerdings mit der Analyse seiner lexikalischen Bedeutung

in drei zeitlichen Phasen: in der Zwischenkriegszeit, der Volksrepublik Polen sowie in Polen nach 1989. Als Grundlage dienen Daten aus dem Korpus des Polnischen Parlamentarismus.⁴ Dabei versuchen wir, die zeitspezifischen Bedeutungsprofile des Begriffs herauszuarbeiten.

Für die jeweiligen Phasen lässt sich die Funktion des Stereotyps wie folgt charakterisieren:

- in den Jahren 1918-1939 stabilisieren sich durch die Instrumentalisierung im politischen Diskurs das Stereotyp vom Drang nach Osten und seine im 19. Jahrhundert etablierten Bedeutungsaspekte,
- in den Jahren 1945-1989 kommt es durch die Instrumentalisierung im politischen Diskurs zu einer Verschränkung und zugleich Verstärkung ausgewählter Bedeutungsaspekte aus der Vorkriegszeit vor allem durch die Bezüge zum Zweiten Weltkrieg,
- 1989-2022 nimmt die Verwendung des Schlagworts ab und wird zugleich in seinen Bedeutungsaspekten auf Wirtschaft und Europäische Union eingengt.

3.1. Drang nach Osten in den Jahren 1918-1939

In der Zwischenkriegszeit stabilisierten sich die Bedeutungsaspekte des Stereotyps „Drang nach Osten“, die sich bereits im 19. Jahrhundert etabliert hatten. Es wurde vor allem im Kontext der angespannten außenpolitischen Beziehungen der neuen Weimarer Republik und der neuen Republik Polen aktualisiert, wonach die Deutschen als aggressive Preußen und die bilateralen Beziehungen als ewig antagonistisch galten (vgl. SZAROTA 1996; WRZESIŃSKI 2007; LOOSE 2007). Davon zeugen folgende Ausdrücke: *stary program / dawny plan* „Drang nach Osten“ [Das alte Programm / Der ehemalige Plan „Drang nach Osten“] (11 III 1931); *odwieczne Drang nach Osten*; *wieczny niemiecki Drang nach Osten* [der ewige Drang nach Osten; der ewige deutsche Drang nach Osten] (29 VII 1939) sowie auch *Sturm und Drang Periode* (25 III 1929). Bezeichnend sind aber auch die synonymhaften Kollokationen mit den Lehnübersetzungen des Wortes ‚Drang‘ wie *pochód na wschód* [Drang nach Osten]; *parcie Niemiec na wschód* [Drang nach Osten] (1929); *zakusy skierowane ku wschodowi w myśl niejako zasady niemieckiej Drang nach Osten* [die nach Osten gerichteten Versuchungen im Sinne des Drangs nach Osten] (26 VI 1925); *wielki pochód na Wschód – Drang*

⁴ Das Korpus wurde am Institut für Informatik der Polnischen Akademie der Wissenschaften erstellt. Mehr Informationen zum Korpus: <https://kdp.nlp.ipipan.waw.pl/overview> (19.06.2023).

nach Osten [der große Marsch nach Osten – Drang nach Osten] (7 III 1931). Auch die Verwendung des Lexems *odwieczny* [ewig] sorgt für eine semantische Kohärenz dieser Konstruktionen, verbunden mit der Raum- und Bewegungsmetapher, mit denen ein kollektiver Drang in eine klare Richtung konzeptualisiert wurde, wo auch die Grenze temporär sein sollte.

In den parlamentarischen Debatten über die Landesverteidigung evozieren die verwendeten Ausdrücke das Konzept einer territorialen Bedrohung für die Polen und stellen vor allem Bezüge zur damaligen Militär- und Territorialpolitik des Dritten Reichs her, hauptsächlich angesichts der Grenzstreitigkeiten um Pommern, die Westgebiete und Oberschlesien. Aktualisiert werden hier auch solche Bedeutungsaspekte wie deutscher Imperialismus, Revisionismus und Militarismus: *wskrzeszony imperializm niemiecki* [der wiederbelebte deutsche Imperialismus] (26 III 1919); *imperializm wszechświatowy* [weltweiter Imperialismus] (23 III 1920); *najstarsza droga ekspansji niemieckiego imperializmu, droga owego słynnego „Drang nach Osten“* [der älteste Expansionsweg des deutschen Imperialismus, der Weg jenes berühmten „Drangs nach Osten“] (29 IV 1929).

Dieser Ausdruck wird auch mit zunehmenden Ansprüchen des Dritten Reiches gegenüber Polen in Verbindung gebracht (z.B. *potrząsanie szablą ze strony Niemiec* [das Säbelrasseln seitens Deutschlands], 7 III 1931). Dabei werden solche Lexeme wie *Niemcy* [Deutsche / Deutschland], *niemieckość* [Deutschtum] pejorativ markiert, genauso wie Epitheta mit den Adjektiven *pruski* [preußisch], *krzyżacki* [auf Kreuzritter bezogen], *germański* [germanisch] oder gar *hitlerowski* [hitleristisch im Sinne nationalsozialistisch]. Diese wiederum evozieren Bedeutungsaspekte, die zugleich auch historische Reminiszenzen aufrufen, wie *krok niemieckości wojującej* [Schritt des kämpferischen Deutschtums] 11 III 1931; *zalew germański* [Germanenflut] 1925; *zaborczość teutońska / pruska* [teutonisch-preußische Besessenheit / Besitzansprüche] (10 I 1922), wobei hier auch der Begriff *Lebensraum* eine wichtige, angsterzeugende Funktion erfüllte.

Die ausgeprägte Transformation des Schlagwortes „Drang nach Osten“ zeigt sich vor allem in der Verschränkung von zwei Bedeutungsaspekten, die als Präsuppositionen gelten: a) ‚der deutsche Drang nach Osten ist wie die Teilungspolitik des preußischen Staates bzw. des Deutschen Ordens‘ und b) Es besteht eine Kontinuität zwischen dem Deutschen Orden, Preußen und der Weimarer Republik / dem Dritten Reich: Es gibt einen (neuen / weiteren) Drang nach Osten.

Der erste Bedeutungsaspekt des Schlagwortes „Drang nach Osten als die Rückkehr der preußischen Politik“ wird realisiert u.a. durch die Verwendung:

- der Eigennamen in Nebeneinanderstellungen, z.B.: *Prusak i prusactwo* [Preuße und Preußentum]; *ongi Krzyżak, dziś Prusak* [ehemals Kreuzritter, jetzt Preuße] (23 V 1919);
- der Lexik, die sich auf die Geschichte aus der Zeit der preußischen Teilung bezieht, z.B.: *żelazny kanclerz Bismarck* [der eiserne Kanzler Bismarck]; *pruska Hakata* [das preußische Hakata]; *(pruski) hakatyzm* [(preußischer) Hakatismus]; *hakatyści* [Hakatisten]; *germanizować dzieci polskie na Górnym Śląsku* [die Germanisierung der polnischen Kinder in Oberschlesien]; *kapitał niemiecki usiłował germanizować ludność polską* [der Versuch des deutschen Kapitals, die polnische Bevölkerung zu germanisieren]; *dawne hasło niemieckie ausrotten (wołało się ausrotten – wyniszczyć wszystko, co polskie!* [die alte deutsche Parole „ausrotten“ (alles Polnische vernichten!) 6 III 1931); *straszne, barbarzyńskie hasło „ausrotten”* [die schreckliche, barbarische Parole „ausrotten“] (21 VI 1924);

Das Schlagwort erfuhr im polnischen Diskurs aber auch eine weitere Transformation, da es nicht mehr als Heterostereotyp der Deutschen gelten sollte, sondern zur Bezeichnung der politischen Gegner verwendet wurde, um ihnen Staatsverrat vorzuwerfen. Diese politische Rhetorik zeigte sich vor allem in den Aussagen der Vertreter des nationalkonservativen Flügels.

Der zweite Bedeutungsaspekt hebt die Kontinuität zwischen dem aggressiven und expansiven Deutschen Orden, Preußen und der Weimarer Republik / dem Dritten Reich im Sinne von ‚es gibt einen (neuen / weiteren) Drang nach Osten‘ hervor. Damit sollten in erster Linie die Grenzstreitigkeiten um Pommern und die Ostsee und im zweiten Jahrzehnt der Zwischenkriegszeit der polnisch-deutsche Konflikt um den so genannten „Korridor“ erklärt und legitimiert werden. Hier die Beispiele: *żmija na piersi narodu polskiego* [die Viper auf der Brust der polnischen Nation] (23 X 1925); *enklawa pruska na terenie krzyżackich Prus Wschodnich* [die preußische Enklave auf dem Gebiet des teutonischen Ostpreußens] (23 V 1919); *młot krzyżacki* ‚Niemcy‘; *młot krzyżacki*; *groza panowania krzyżackiego* [der teutonische Wurf „die Deutschen“; der Kreuzritterhammer; der Schrecken der Herrschaft der Kreuzritter] (23 V 1919).

3.2. Mutation, Verstärkung und Transposition im politischen Diskurs nach 1945

In der Zeit des Kommunismus verändert sich die Funktion und somit auch die Bedeutung des Schlagwortes „Drang nach Osten“, denn es bezieht sich vor

allem auf den Zweiten Weltkrieg und lässt sich mit folgender argumentativer Schlussfolgerung charakterisieren: Drang nach Osten → Lebensraum → Neuordnung → Kreuzrittertum im Zeichen des Hakenkreuzes / Hitler → Die imperialistische Politik Deutschlands → Expansion / Dominanz des Westens. In diesem Sinne wird der „Drang nach Osten“ wieder zu einem Feindbild, mit dem u.a. die Bundesrepublik Deutschland (Westdeutschland / Bonner Politik) und zugleich „der Westen“ als Bedrohung für Polen und den Sozialismus fungiert (vgl. MADAJCZYK 2007; CZACHUR / LOEW 2022). Hier einige Bedeutungsprofile des Begriffs anhand von Beispielen aus dem Korpus:

Tab. 1: Bedeutungsprofile des Begriffs „Drang nach Osten“ im parlamentarischen Diskurs 1945-1989

Bedeutungsprofile	Beispiele
<p>„Hitlerismus⁵ als Kumulation der Politik des Drangs nach Osten‘</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Przeklęte hasło „Drang nach Osten” [Verfluchtes Schlagwort „Drang nach Osten“] (3-4 II 1950); • Ideologia i praktyka Drang nach Osten, Kulturkampf, Hakaty i „Mein Kampf” – zbrodniczej emanacji nacjonalizmu niemieckiego [Ideologie und Praxis Drang nach Osten, Kulturkampf eine verbrecherische Emanation des deutschen Nationalismus] (27 IV 1972); • najbardziej szaleńcze i zbrodnicze hasła hitlerowskiego „Drang nach Osten” [Das wahnsinnigste und verbrecherischste Schlagwort von Hitlers „Drang nach Osten“] (31 X 1951)

⁵ Das Wort *Hitlerismus* soll die Bedeutung des polnischen Wortes *hitleryzm* wiedergeben. Dieses Wort etablierte sich im Polnischen noch vor dem Zweiten Weltkrieg, um damit die politische Ideologie zu bezeichnen. Nach dem Zweiten Weltkrieg bedeutete er so viel wie Regime von Hitler, also ähnlich wie der Begriff Hitlerismus, der laut Duden sich auf ‚das politische System der von Hitler ausgeübten Herrschaft‘ bezieht.

<p>„Deutsche imperialistische Tradition als wirtschaftliche (kapitalistische) Politik Deutschlands“</p>	<ul style="list-style-type: none"> • gospodarka RFN – nowy Drang nach Osten [Die deutsche Wirtschaft – der neue Drang nach Osten] (31 III 1949); • niemiecka polityka „Drang nach Osten” kierowana przez feudalny, a później wielokapitalistyczny militarizm [Deutsche „Drang nach Osten“-Politik unter der Führung des feudalen und multikapitalistischen Militarismus] (28 X 1950); • „Drang nach Osten” niemieckich panów feudalnych, junkrów i imperialistycznego wielkiego kapitału [„Drang nach Osten“ der deutschen Feudalherren, Junker und des imperialistischen Großkapitals] (18 VII 1952)
<p>„Deutscher Imperialismus – deutscher Revisionismus“</p>	<ul style="list-style-type: none"> • wiecznie żywe niebezpieczeństwo germańskiego „Drang nach Osten” [Die immerwährende Gefahr des germanischen „Drangs nach Osten“] (17 IV 1947); • wychowywać młodzież w duchu militarystyki i „Drang nach Osten” [die Jugend im Geiste des Militarismus und des „Drangs nach Osten“ zu erziehen] (16017 II 1960); • stać na usługach odwiecznego „Drang nach Osten”; sny o Drang nach Osten [im Dienste des ewigen „Drangs nach Osten” stehen; Träume vom Drang nach Osten] (1988)
<p>„Westliche Länder mit Deutschland an der Spitze als Gefahr für den Frieden in den sozialistischen Ländern und der UdSSR“</p>	<ul style="list-style-type: none"> • nowy Drang nach Osten, tym razem z szaleńczymi sojusznikami z bloku atlantyckiego [ein neuer Drang nach Osten, diesmal mit den verrückten nordatlantischen Verbündeten] (21 X 1960); • poczynania zbankrutowanych zachodniemieckich wyznawców polityki siły i ponownego „Drang nach Osten” [die Aktionen der bankrotten westdeutschen Anhänger der Politik der Gewalt und eines neuen „Drangs nach Osten“] (21 X 1960)

Wichtig ist, dass die neu gegründete DDR und die Deutschen aus diesem Land in der kommunistischen Propaganda in Polen nicht im Kontext dieses Schlagwortes konzeptualisiert wurden. Im Ausland, vor allem in der BRD lebende Polen, die den Kommunismus nicht unterstützten, wurden hingegen als innere Feinde wahrgenommen, wie hier: *W Berlinie, Monachium, Hamburgu, Regensburgu działają gniazda wrogów Polski, najmitów amerykańskiego imperializmu i niemieckiego „Drang nach Osten”* [In Berlin, München, Hamburg, Regensburg gibt es Nester von Feinden Polens, Söldner des amerikanischen Imperialismus und des deutschen „Drangs nach Osten“] (22 XI 1952).

Eine markante Ergänzung des Bedeutungsprofils des „Drangs nach Osten“ im Sinne der aggressiven Politik Deutschlands gegenüber den Ländern des Ostblocks bildete noch der Bedeutungsaspekt, der sich auf die Besitzansprüche der westlichen Welt bezog, denn damit konnten auch der Kapitalismus und die kapitalistische Wirtschaft pejorativ dargestellt werden.

3.3. Rückgang der Verwendung des Schlagwortes nach 1989

Nach 1989 taucht das Schlagwort „Drang nach Osten“ nur noch selten und dann eigentlich entweder in den politischen Kreisen auf, die die deutsch-polnische Annäherung nicht unterstützten, oder in solchen, die sich gegenüber dem Beitritt Polens zur Europäischen Union skeptisch positionierten (z.B. *Drang nach Osten trwa!* [Drang nach Osten geht weiter!] 6 VI 2002; *Dokonał się Anschluss Polski do Unii Europejskiej* [Polens Anschluss an die Europäische Union ist vollzogen] 10 IX 2004) (Dazu auch mehr bei ORŁOWSKI 1996; MIKOŁAJCZYK 2004). Anhand des vorhandenen Materials lassen sich einige Bedeutungsprofile herausarbeiten⁶:

Tab. 2: Bedeutungsprofile des Begriffs „Drang nach Osten“ im parlamentarischen Diskurs 1989-2019

<p>„Das heutige Deutschland kolonisiert Polen genauso wie damals der preußische Staat“</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Der eiserne Kanzler Otto von Bismarck; antipolnischer Feldzug namens Hakata; (Germanisierung) der Geschichts- und Rechtswissenschaft; Kolonisierung und Befriedung Polens • żelazny kanclerz Otto von Bismarck; antypolska akcja o nazwie Hakata; (z)germanizować naukę historyczną i prawną; kolonizacja i pacyfikacja Polski
<p>„EU-Erweiterung – ein Inbegriff der deutschen Expansion“ → „Deutschlands Transit-routen durch Polen sind wie ein sogenannter Korridor“</p>	<ul style="list-style-type: none"> • „Unia Europejska, czytaj Niemcy, nakazały naszym dzielnym negocjatorom zgodzić się na poprzeczną sieć autostrad przez nasz kraj. Niemcy nakazały w myśl hasła Drang nach Osten, tym razem gospodarczym, wybudować sieć autostrad w poprzek kraju i zatrzymać koleje” [Die Europäische Union, sprich Deutschland, hat unseren tapferen Unterhändlern befohlen, einem quer durch unser Land verlaufenden Autobahnnetz zuzustimmen. Deutschland hat angeordnet, nach dem Motto Drang nach Osten – diesmal einem wirtschaftlichen Drang – ein Autobahnnetz quer durch das Land zu bauen und die Eisenbahn zu stoppen.] (11 IV 2004)

⁶ Hingewiesen wird auch auf die Arbeiten von LEUSCHNER (2012, 2013, 2018) und LEUSCHNER / SCHRÖTER (2015), in denen die Verwendung des Schlagwortes in der Presse kontakt-, diskurs-, frame- und kulturlinguistisch analysiert wird.

<p>„Aktueller Drang nach Osten als Wirtschaftskrieg“</p>	<ul style="list-style-type: none"> • „Wojna ekonomiczna, niemiecki Drang nach Osten, bez jednego wystrzału, odbywający się przy pomocy euro (...) Niemcy idą, kroczą regularnie” [Der Wirtschaftskrieg, der deutsche Drang nach Osten, ohne einen einzigen Schuss, wird mit dem Euro geführt (...) Deutschland geht, schreitet regelmäßig voran] (15 IV 2004); • „Niemiecki Drang nach Osten jest dzisiaj gospodarczy” [Der deutsche Drang nach Osten ist heute wirtschaftlich] (17 XII 2003);
<p>„Die Europäische Union ist Deutschland“</p>	<ul style="list-style-type: none"> • „To Unia Europejska stała już niemieckim narzędziem pozwalającym odzyskać to, co Niemcu utraciły po II wojnie światowej” [Denn die Europäische Union ist bereits zum Werkzeug Deutschlands geworden, um das zurückzugewinnen, was Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg verloren hat] (1 XII 2004)

4. Visuelle Stereotype und Visiotype

Stereotype als „Bilder in unseren Köpfen“ (LIPPMANN 1990), als vereinfachte und vereinfachende, manchmal übertriebene, emotionsgeladene und wertende, kollektiv geteilte Urteile über die Welt in Form von Typikalisierungen und Kategorisierungen (vgl. BARTMIŃSKI 2009:105; KLEIN 1998:27; MIKOŁAJCZYK 2004; FILAR 2022) können sowohl sprachlich als auch visuell realisiert werden (vgl. MARQUARDT 2005; LOBINGER 2009; PAPPERT / CZACHUR 2019). Sowohl sprachliche als auch visuelle Stereotype sind eine Form des kanonischen, standardisierten und kollektiv geteilten Wissens und fungieren somit auch als Darstellungs- und Wahrnehmungsformate. Bei visuellen Stereotypen handelt es sich um eine spezifische Kombination visueller Zeichen, um „konventionelle Bildzeichenverbindungen“ (KLUG 2015:512). Bilder ziehen die Aufmerksamkeit auf sich und werden nicht nur schneller wahrgenommen und verstanden, sondern auch besser verarbeitet und länger im Gedächtnis behalten (vgl. STÖCKL 2008:172). Zudem haben Bilder „hohes emotionales Aktivierungspotenzial“ (STÖCKL 2016:16), sodass sie als potenzielle Träger von Stereotypen prädestiniert sind. Das Visuelle wird als Rezeptionsmodus oder Sinneserfahrung betrachtet. Bilder zeigen zwar in erster Linie einen konkreten Gegenstand, aber als visuelle Stereotype „können [sie] prinzipiell die verschiedensten übergeordneten Bedeutungen annehmen“ und „müssen erst durch Text standardisiert werden“ (LOBINGER 2009:119). PÖRKSEN spricht in dem Zusammenhang von Visiotypen als „standardisierte[n] visuelle[n] Zugriffe[n] auf die Welt, die durch eine beigegebene Legende, eine Lesart in ihrer Bedeutung festgelegt werden“

(PÖRKSEN 2000:13). Der Konstituierung- und Stabilisierungsprozess von Visiotypen erfolgt grundsätzlich durch die kommunikativen und diskursiven Verfestigungen, wenn diese Visiotype mit einer klaren und für ein Kollektiv nachvollziehbaren Funktion in spezifischen inhaltlichen bzw. thematischen Kontexten immer wieder vorkommen. Auf diese Weise können Visiotype als etablierte, komplexitätsreduzierende und somit auch perspektivierende und wertende Denk- und Argumentationsmuster verwendet werden und ebenso die Funktion eines Stereotyps übernehmen. Das Paradox, so BEHR (2003), „liegt in der Lesbarkeit ihrer Sprachlichkeit, die sich gleichwohl gegen rationale Durchdringung immunisiert“ (BEHR 2003:84).

Im Mittelpunkt steht die Frage, wie das Stereotyp „Drang nach Osten“ in der konservativen Presse als Visiotyp multimodal organisiert wird, also mittels welcher multimodalen Elemente bestimmte Inhalte des Stereotyps realisiert sowie in welchen thematischen Zusammenhängen sie in den Titelseiten der konservativen Presse verwendet werden.

5. Titelseiten und Visiotype als multimodale Texte

Betrachtet man Titelseiten vor dem Hintergrund der Ausführungen zu visuellen Stereotypen und Visiotypen, dann interessiert uns vor allem die Frage der multimodalen Resemiotisierung bzw. Rekontextualisierung und damit auch die Frage der Intertextualität und Interbildlichkeit bzw. Interikonizität (vgl. OPIŁOWSKI 2011; POPRAWA 2020a und 2020b).

Titelseiten und Titelbilder von Zeitschriften und Magazinen haben als multimodale Texte vor allem eine persuasive Funktion. Sie sollen die Aufmerksamkeit der potenziellen Lesenden auf sich ziehen. Wie HELD (2005, 2006), OPIŁOWSKI (2011, 2012) und MILLER (2021) zu Recht betonen, wird die persuasive Funktion von Titelseiten mittels dreier grundsätzlicher Handlungen realisiert: durch Informieren, Bewerten und Unterhalten. Wichtig ist dabei, dass diese drei Subfunktionen durch das Erzeugen von Überraschung und Spannung erreicht wird, möglicherweise auch durch die Verletzung etablierter und kollektiv geteilter Konventionen. Dieses Verfahren soll die Lesenden in ein Spiel aus aktivem Entschlüsselungsprozess und emotionaler Beteiligung einbinden. Die Informationen über die Inhalte der Zeitschrift werden auf unterhaltsame Weise vermittelt und sollen von potenziellen Lesenden als intellektuell bzw. politisch attraktiv gelten und ansprechbar wirken (vgl. HELD 2005, 2007). Somit fungieren die Titelseiten wie Werbespots (vgl. HELD 2006), weil sie die potenziellen Lesen-

den zum Kauf einer bestimmten Ausgabe anregen, und auch wie politische Karikaturen (vgl. LÜGER 2022), weil sie ausgewählte politische oder soziale Ereignisse einer Gemeinschaft perspektivisch kommentieren und damit auch bewerten. Wenn über bestimmte politische oder soziale Ereignisse informiert wird, wenn sie dazu noch unterhaltsam bewertet werden, dann verfolgen die Titelseiten ebenfalls ein weiteres Ziel, nämlich die Akzeptanz für die auf der Frontseite vermittelte Meinung zu gewinnen und somit auch eine Wertegemeinschaft zu bilden (vgl. CZACHUR / OPIŁOWSKI / SMYKAŁA 2022).

Von der Struktur her bestehen die Titelseiten der Zeitschriften aus einem Titel- oder Zeitungskopf mit dem der Titel der Zeitschrift und Angaben zu Ausgabennummer, dem Erscheinungsdatum oder dem Preis sowie aus dem Titelbild und der Schlagzeile mit der Ankündigung der Artikel. Drei Arten von Codes bzw. Modi kommen auf Titelseiten besonders zum Einsatz, nämlich Bilder, Typografie und Sprache, deren Zusammenspiel zur Bedeutungskonstitution beiträgt. Aus Platzgründen müssen die zu vermittelnden Informationen kompakt, attraktiv (oft humorvoll-spielerisch), kreativ und innovativ aufbereitet werden. Ihr sprachlicher Teil besteht in der Regel aus nur einer kurzen Schlagzeile, aber die sprachliche Kürze wird eben durch visuelle Elemente kompensiert, die von Fotografie, Illustration, schematischen Zeichnungen bis hin zu verfremdeten Bildmontagen, (politischen) Cartoons und Karikaturen reichen (vgl. HELD 2005) und damit den Spielraum möglicher Interpretationen erheblich erweitern. Allerdings spielt der visuelle Teil meist eine dominante Rolle und der Sprache wird oft eine unterstützende, ergänzende und erklärende Funktion zugeschrieben (vgl. HELD 2005:328; MILLER 2021). Wichtig ist, dass „ein formales Textdesign [...] ein visuelles Muster, das sich im kontinuierlichen Wiederholen typographischer (Schrifttyp), topographischer (strukturelle Platzierung) und perigraphischer (Farben) Text- und Bildelemente verfestigt, [umfasst]“ (vgl. OPIŁOWSKI 2009:110)

Mit OPIŁOWSKI (2011) gehen wir ferner davon aus, dass Titelseiten einerseits „unveränderbare Muster des Text- und Bilddesigns, d.h. konstante Textstruktur, typische Farben und charakteristische Schriftarten“ realisieren und andererseits „müssen sie untypische, originelle Inhalte anbieten, um einen Leserkreis zur Lektüre und zum Kauf eines Pressetitels anzuregen“ (OPIŁOWSKI 2011:171). Im Zusammenhang spielen die Visiotype bzw. visuellen Stereotype eine besondere Rolle, denn sie aktivieren kollektiv geteilte Wissensformationen sowie Emotionen und können somit persuasiven Zwecken dienen. Wichtig sind hier, wie oben angedeutet, nicht nur die intertextuellen, sondern auch in-

terbildlichen Bezüge, denn aus dem Zusammenwirken beider Referenzarten entsteht eine intendierte und kontrollierte, für die Lesenden spannende und manchmal rätselhaftige Semiose. In dem Zusammenhang spielen die Präbilder und Prätexte als „im Rahmen der intertextuellen und interikonischen Bezüge tradierte, archivierte und erkennbare Texte und Bilder, die in der kollektiven Erinnerung einer oder mehrerer Kulturgemeinschaften präsent sind“, eine entscheidende Rolle (OPIŁOWSKI 2011:172). Als Präbilder gelten oft Ikonenbilder in Form von Gemälden, Zeichnungen, Fotos, Statuen, Piktogrammen, literarischen Bildern oder filmischen Bildern. Die Referenzen der Titelbilder auf andere Bilder beruhen vornehmlich auf der Interfiguralität, indem sich bestimmte Figuren in den Titelbildern auf andere, historische oder aktuelle Abbildungen von Menschen beziehen. Denn

mit dem figurativen Rollenwechsel, d.h. dem Versetzen einer aktuellen Spiegel-Figur in die Rolle einer historischen oder literarischen Figur, geht eine aussagekräftige Bewertung der abgebildeten Person und Situation einher, die umso intensiver ist, je mehr Merkmale das reproduzierte Objekt im kollektiven Gedächtnis aufweist. (OPIŁOWSKI 2008:65)

Darüber hinaus werden die Originalbilder „unmodifiziert, teilweise modifiziert oder völlig modifiziert wiedergegeben“ (ebenda). Die Prozesse der Resemiotisierung, verstanden als „komplexe Form von Bedeutungskonstitution, bei der durch die Modifikation bereits vorhandener Zeichen jedweder Ausprägung diesen eine andere als die ursprüngliche Bedeutung zugeschrieben wird“ (PAPPERT 2017:56), werden mithilfe der von POPRAWA (2020a, 2020b) entwickelten Analysemodells multimodaler Texte erklärt werden.

Wir gehen davon aus, dass Visiotype die unterschiedlichen sprachlich und diskursiv ausgehandelten Bedeutungsprofile des Stereotyps „Drang nach Osten“ aktualisieren und rekontextualisieren können, die sich im 19. und 20. Jahrhundert im kollektiven Gedächtnis in Polen etablierten. Visiotype als transemiotische Formate rufen durch eine immer wieder aufgegriffene Bedeutungszuschreibung und mediale Reproduktion bei den Betrachtenden ein bestimmtes Wissen (Stereotyp) und auch bestimmte Zusammenhänge ab. Sie sind, ganz im Sinne von LIPPMANN, „Bilder in unseren Köpfen“, weil sie eben die stereotypen, sprachlich hergestellten Bilder materialisieren und visualisieren.

Allerdings aktualisieren Visiotype nicht nur das, was im kollektiven Gedächtnis einer Gemeinschaft und ihrer *common ground* etabliert und ausdrückbar ist, sondern auch das, was verbal nicht mehr explizit gemacht werden muss. Sie sind „visuelle Konstruktion mit handlungsleitendem Charakter“ (BONACCHI 2018:212). Auf diese Weise, so könnte der Eindruck entstehen, verringern sie den Status

des Verbalen und verdichten durch ihre mediale Repräsentanz auf diese ökonomische Weise bildliche Darstellungen zu einem neuen zweckangepassten, situationsspezifischen, bedarfsgerechten Wissen innerhalb der Gemeinschaft. In der Medienkultur, die immer innovativere technologische Lösungen und Kompetenzen zu ihrem Verstehen einsetzt, operieren sie unter ähnlichen Bedingungen wie Meme als Muster und Praktiken der Mediosphäre (vgl. WÓJCICKA 2019).

6. Multimodale Aktualisierung, Rekontextualisierung bzw. Resemiotisierung und Multiplizierung des Schlagwortes „Drang nach Osten“

Analysiert werden 11 Titelseiten der Zeitschriften und Zeitungen „Gazeta Polska“, „wSieci“, „Tygodnik Solidarność“ und „Wprost“ und der Tageszeitung „Gazeta Polska“ aus den Jahren 2013-2023. Die genannten Zeitungen und Zeitschriften gelten als konservativ, teilweise auch verbunden mit der damaligen PiS-Regierung.

Bei der Analyse der Titelseiten geht es nicht darum, eine komplexe multimodale Analyse der Titelseiten durchzuführen, sondern darum, die visuellen Komponenten des Stereotyps „Drang nach Osten“ als konstitutive Elemente des Visiotyps zu identifizieren und ihre diskursive Funktion im konservativen Diskurs zu besprechen.

Auch wenn es sich hier um eine exemplarische Analyse handelt, konnten einige der wichtigsten Strategien der Visualisierung seiner Inhalte identifiziert werden, die die im Stereotyp vom „Drang nach Osten“ geschichtlich tradierten Bedeutungsaspekte verstärken, aktualisieren oder transformieren, d.h. das Bild des Antagonismus und der Dominanz, die als „Bedrohung“ für Polen durch den „ewigen Feind“ gedeutet bzw. konzeptualisiert werden. Nachfolgend werden die Strategien und Techniken genannt.

a) Die Verwendung von visuellen Elementen: Bezug zu Preußen und Nationalsozialismus [„Hitlerismus“]

Tab. 3. Titelseiten mit Personen der polnischen Opposition mit Bezug zu Preußen und Nationalsozialismus [„Hitlerismus“]

			
<p>Abb. 1: „Gazeta Polska“, 26.05.2021</p>	<p>Abb. 2: „Gazeta Polska“, 20.07.2022</p>	<p>Abb. 3: „Gazeta Polska“, 15.03.2017</p>	<p>Abb. 4: „wSieci“, 13.10.2013</p>
<p>Preußischer Thronfolger. Die Karriere von Trzaskowski für deutsches Geld</p>	<p>Gott mit uns Die Worte von Donald Tusk: „Wer an Gott glaubt, wählt nicht Recht und Gerechtigkeit“, sind das Äquivalent zum preußischen. „Gott mit uns“, das auf deutschen Koppelschlössern prangt. Sie sind gefallen, während die polnische Regierung die Ukraine in ihrem Kampf unter dem anderen alten Leitsatz „Im Namen Gottes für unsere und eure Freiheit“ unterstützt. Patriarch Kyrill und Tusk verkünden, dass das höchste Gut nicht auf der Seite derer liegt, die das Banner der Freiheit tragen, sondern auf der Seite der Tyrannei</p>	<p>Europa der zwei Geschwindigkeiten</p>	<p>Fast wie Goebbels Die Hetzjagd gegen die Kirche. Hören sie erst auf, wenn Priester sterben.</p>

Auf den obigen Titelseiten werden die Personen, die der Opposition in Polen angehören, als Deutsche stilisiert. Dabei werden gezielte visuelle Elemente oder Artefakte und Requisiten verwendet, die im kollektiven Gedächtnis nicht nur in Polen mit Deutschland und deutscher Geschichte in Verbindung

gebracht werden. Eine zentrale Rolle spielen hier die folgenden Elemente: Preuße mit Pickelhaube als Symbol der Germanisierung sowie der militärischen Bestrebungen des Deutschlands in der Bismarck-Ära (Abb. 1), Uniformen der Wehrmacht (auch Schirmmütze) und Hitler-Fotografien oder Hitler-Inszenierungen als Symbol des nationalsozialistischen Terrors und der Verachtung (Abb. 2-4). Somit gelten sie als Konstituenten des Visiotyps „Drang nach Osten“.

Mittels der oben genannten verwendeten Elemente wird hier insofern das Stereotyp „Drang nach Osten“ realisiert, als Bedrohungsszenarien mit Persönlichkeiten der Opposition aus Polen mit der konkretisierenden Funktion der Sprache konstruiert werden. Dies erfolgt durch den Prozess der Resemiotisierung auf mehreren Ebenen:

- Auf der ersten Ebene wird der visuelle Schauplatz der Szene mit konkreten Akteuren aktualisiert.
- Auf der zweiten Ebene werden die politischen Akteure innerhalb des visuellen Schauplatzes durch Foto-Retusche kontextualisiert, wobei es hier darum geht, die dargestellten Personen (polnische Politiker bzw. Journalisten) herabzuwürdigen. Dies erfolgt durch:
 - die Modifikation der Silhouette einer dargestellten Person (hier die des Bürgermeisters von Warschau, Rafał Trzaskowski, als Preuße mit Pickelhelm (Abb. 1), Donald Tusk als Hitler (Abb. 2) und als Wehrmacht-Soldat in einer Uniform (Abb. 3) und Tomasz Lis, ein oppositioneller Publizist, in einer Wehrmacht-Uniform (Abb. 4))
 - die Zuschreibung von Merkmalen und Eigenschaften durch die Foto-Retusche (Donald Tusk und Angela Merkel, umgeben von deutschen Soldaten, die aus einer Straßenbahn steigen (Abb. 3))
- Auf der dritten Ebene werden die sekundären Bedeutungen durch die herzustellenden Beziehungen zwischen einzelnen Objekten aktualisiert, die in verschiedene Modalitäten eingebettet sind, wie z.B.:
 - der in Frakturschrift konstruierte Ausspruch „Gott mit uns“ (Abb. 2) stellt als visuelles Zeichen eine Beziehung zur Silhouette von Donald Tusk und insbesondere zu seiner geballten Faust her,
 - die visuelle Form des Schildes an der Straßenbahn mit der Aufschrift „Nur für deutsche Fahrgäste“ (Abb. 3) stellt eine Beziehung zu vermeintlich deutschen aussteigenden Fahrgästen her.
- auf der vierten Ebene erfolgt die Aktualisierung der diskreditierenden Bedeutungen in Bezug auf die Persönlichkeiten der polnischen Opposition

durch das Herstellen von intersemiotischen Beziehungen zwischen den visuellen und den verbalen Komponenten, also zwischen dem Titelbild mit seinen Elementen sowie der Schlagzeile, wobei man hier folgende Typen der multimodalen Prozesse identifizieren kann:

- die Schlagzeile konstruiert eine Analogie (Abb. 4),
- die Schlagzeile verstärkt die Bedeutung der visuellen Komponente (Abb. 2),
- die Schlagzeile multipliziert und aktiviert Bedeutungsaspekte, die im Gegensatz zu den verbal aufgerufenen Bedeutungen stehen (Abb. 3),
- die Schlagzeile verstärkt die Bedeutungsaspekte, die zum kommunikativen Spiel mit dem Lesenden verwendet werden (Abb. 1). *Dziedziec pruski* [Preußischer Thronfolger] als ironische Form, die im 19. Jahrhundert als Anredeform *pan dziedziec, jaśnie dziedziec* für Adlige funktionierte oder auf die Figur *Dziedziec Pruski* aus einer der wichtigsten Komödien der polnischen Kultur „Miś“ von Stanisław Bareja anspielt, in der eine groteske Vision der Volksrepublik Polen gezeichnet wird.

Die anhand der vier Beispiele vorgestellten Deutungsversuche geben nur einen Überblick über die einzelnen Komponenten des Visiotyps „Drang nach Osten“, dessen gesamte persuasive Kraft mittels des folgenden argumentativen Topos realisiert wird: ‚Die Politiker der Opposition handeln im Dienste Deutschlands‘ → ‚Sie bedrohen Polen‘.

b) Die Verwendung von visuellen Topoi: Bezug zu Kreuzrittern, Preußen und Nationalsozialismus [,Hitlerismus‘]

Tab. 4. Titelseiten mit visuellen Topoi mit Bezug zu Kreuzrittern, Preußen und Nationalsozialismus [‘Hitlerismus’]

			
<p>Abb. 5: „Gazeta Polska“, 2.06.2021</p>	<p>Abb. 6: „Gazeta Polska“, 14.06.2023</p>	<p>Abb. 7: „wSieci Historii“, Dezember 2018</p>	<p>Abb. 8: „Tygodnik Solidarność“, 28.11.2022</p>
<p>Die Deutschen machten Jagd auf Turów</p>	<p>Deutscher Angriff auf die polnische Wirtschaft. Sie trafen Turów, wollen polnische Kernkraft blockieren</p>	<p>Blut und Eisen. Die Bösewichte in der Beziehung zwischen Deutschen und Polen</p>	<p>Neuer deutscher Lebensraum Rafał Woś: Dieses Imperium bewährt sich nicht</p>

Die Verwendung von visuellen Topoi wird in den obigen Beispielen (Abb. 5-8) sehr deutlich. Bereits in Abb. 5 wird das Bild des Deutschen Ordens, verstärkt durch die Bedeutungsaspekte mit Bezug auf die preußische Expansion, verwendet, das in Polen auch ohne sprachliche Rahmung verständlich ist. Es steht für ‚Bedrohung durch Eroberungen‘ und ‚imperialistische Politik Deutschlands‘. Somit kann man in dem Fall auch von einem Visiotyp sprechen.

In unserem Beispiel sind ebenfalls die Beziehungen zwischen dem Visuellen und Sprachlichen wichtig. Die Schlagzeile *Niemcy polowali na Turów* [Die Deutschen machten Jagd auf das Kraftwerk] ist zweideutig, denn sie kann entweder als *Die Deutschen machten Jagd auf das Kraftwerk* [Turów steht für das Kraftwerk im deutsch-polnischen Grenzgebiet] oder aufgrund der Visualisierung als *Die Deutschen jagten Auerochsen*⁷ gedeutet werden. Damit wird einerseits das Stereotyp eines Deutschen als Kreuzritter aktiviert und zugleich mit dem Syntagma „Polować na Turów“ eine neue Bedeutung erzeugt, nämlich ‚hinterlistig handeln‘. Andererseits stellt diese Schlagzeile einen Bezug auf den polnisch-deutschen Konflikt um das Kraftwerk in Turów her. Dieser Bedeutungsaspekt

⁷ Auerochsen bedeutet auf Polnisch ‚Tur‘, so dass hier auch die verbal konstruierte Analogie im Prozess der Semiose wichtig ist.

wird mittels der typographischen Zusammensetzung der Wörter NIEMCY – TURÓW [Deutsche – Turów] ausgelöst.

Auf der narrativen Ebene wird, wie in Abb. 6 deutlich wird, durch intertextuelle Bezüge auch eine antipolnische Haltung des westlichen Nachbarn zum Ausdruck gebracht. Auf der visuellen Ebene wird metonymisch die Explosion eines Kraftwerks dargestellt, und die darin erkennbare farbliche Gestaltung, die eine deutsche Flagge andeutet, wird mit einem verbalen Code [Deutscher Angriff auf die polnische Wirtschaft. Sie trafen Turów, wollen die polnische Kernkraft blockieren] in Verbindung gebracht. Bereits der Ausdruck *Niemiecki atak* [deutscher Angriff] aktiviert in Polen die Erinnerung an den Ausbruch des Zweiten Weltkrieges am 1. September 1939.

Die beiden weiteren Beispiele (Abb. 7 und 8) betrachten wir als multimodale Metonymie, in der Schlagwörter wie „Blut und Eisen“ sowie „Lebensraum“ eine besondere Rolle spielen und dementsprechend die visuellen Elemente positionieren. Hier die Analyse der beiden Beispiele:

Tab. 5. Die Analyse der multimodalen Metonymie anhand von zwei Titelseiten

	Abb. 7	Abb. 8
Visueller Modus	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografie in der Funktion der historischen Inszenierung mit der Symbolik des Stereotyps des Deutschen – Kreuzritter – Preußen – Nazis 	<ul style="list-style-type: none"> • geballte Faust im Kontext der Farben der deutschen Flagge • „pięść na Wschodzie” [Die Faust gegen den Osten / im Osten] – das war eines der Motive der NS-Propaganda und zugleich eine symbolische Darstellung der Bismarck'schen Parole ‚ausrotten‘.
Verbaler Modus	<ul style="list-style-type: none"> • „Krwia i żelazem” [Blut und Eisen] – Paraphrase einer Formel, die Bismarck zugeschrieben wird, in der er das Programm der deutschen Einigung und die Politik des „Drang nach Osten“ verkündete 	<ul style="list-style-type: none"> • Nowy niemiecki Lebensraum – presupozycja zagrożenia, które niesie program „przestrzeni życiowej”, hasło propagandowe nazizmu powracające dziś (nowy → ‘czyli dziś, teraz’) • Der neue deutsche Lebensraum – eine Präsupposition für die Bedrohung durch das „Lebensraum“-Programm, eine heute wiederkehrende NS-Propagandaparole (neu → ‚d.h. heute, jetzt‘)

Ausgangsdomäne	<ul style="list-style-type: none"> visuelle Metapher des Stereotyps des „aggressiven“ Deutschen mit eindeutigen Requisiten (Kreuzritter-Umhang, preußische Pickelhaube, Hakenkreuz am Arm des SS-Mannes) 	<ul style="list-style-type: none"> die Symbolik der geballten Faust – ein Symbol für Stärke, Hochmut, Aggression
Zieldomäne	<ul style="list-style-type: none"> das Bild / Konzept der Gefahr bzw. Bedrohung auf der Ebene der symbolischen Bedeutung 	<ul style="list-style-type: none"> die Gefahr der deutschen Expansion
Verfahren	<ul style="list-style-type: none"> (Re)kontextualisierung 	<ul style="list-style-type: none"> Analogie

c) Die Verwendung von Präbildern: Bezug zu Preußen und Zweitem Weltkrieg bzw. Nationalsozialismus [„Hitlerismus“]

Mit dem Bezug auf die im kollektiven Gedächtnis tradierten Bilder, also Präbilder, werden analoge Situationen stilisiert, nämlich die Teilung Polens, die Beratung in Hitlers Bunker sowie der Angriff des Dritten Reichs auf Polen. Die Aktualisierung dieser Szenen (Ereignisse) erfolgt dadurch, dass statt Originalgesichtern die von zu diesem Zeitpunkt wichtigen deutschen Politikern abgebildet werden. Diese drei Präbilder gelten hier als Visiotype des „Drang nach Osten“ und durch deren Multiplizierung bzw. Verstärkung stellen sie die „bösen Deutschen“ und somit auch Deutschland als Gefahr für Polen dar.

Tab. 6. Titelseiten mit visuellen Topoi mit Bezug zu Präbildern

Abb. 9: „wSieci”, 10.01.2016	Abb. 10: „Wprost”, 10.01.2016 /11-17.01.2016	Abb. 11: „Gazeta Polska Codzienna” 4.01.2016
Verschworung gegen Polen. Von Targowica bis KOD, von Zarin Katharina bis Merkel	Sie wollen Polen wieder überwachen	Deutschland greift Polen wieder an

Die Beispiele (Abb. 9, 10, 11) betrachten wir als multimodale Metaphern, deren Bedeutungspotenzial wie folgt rekonstruiert werden kann.

Tab. 7. Multimodale Analyse der Titelseiten mit Bezug zu Präbildern

Abb. 9	Abb. 10	Abb. 11
Visueller Plan / Modus		
<p>Modifikation der Graphik von Jean-Michel Moreau „Kołacz królewski, czyli alegoria rozbioru Polski w 1772 r.“ [Der königliche Kuchen, eine Allegorie der Teilung Polens im Jahr 1772.]⁸. Neben den Figuren von Katharina II. (ganz links) und Friedrich II. von Preußen (ganz rechts) wurden Bilder von Angela Merkel und Martin Schulz eingefügt.</p>	<p>Modifikation eines Bildes mit dem Abbild von Spitzenpolitikern der Europäischen Union, darunter deutsche Politiker, die eine Landkarte studieren. Im Hintergrund ist die Flagge der Europäischen Union zu sehen.</p>	<p>Modifikation eines Bildes der NS-Propaganda, das zeigt, wie Mitglieder der Danziger Polizeiformationen, darunter auch drei deutsche Politiker, den Grenzzaun zwischen Polen und der Freien Stadt Danzig in Kolibki im September 1939 durchbrechen.</p>
Sprachlicher Plan / Modus		
<ul style="list-style-type: none"> • „Verschwörung gegen Polen“ • Katharina II – Merkel • Targowica → KOD [Komitee der Verteidigung der Demokratie] → „deutsche“ Verschwörung – weitere Teilung Polens 	<ul style="list-style-type: none"> • Polen kontrollieren, ‘beherrschen, unterjochen’ • „Sie wollen wieder“: zwei Präsupposition: • Sie – die deutsche EU • Kontrollieren – es gibt einen Antagonismus zwischen der deutschen EU und Polen 	<ul style="list-style-type: none"> • Deutschland greift wieder Polen an.

⁸ Katharina II. (ganz links) teilt sich Polen mit Joseph II. und Friedrich II. von Preußen (ganz rechts) wie einen Kuchen auf.

Abb. 9	Abb. 10	Abb. 11
Ausgangsdomäne / Präbild		
<p>Als Präbild gilt die Graphik von Jean-Michel Moreau „Kołacz królewski, czyli alegoria rozbioru Polski w 1772 r.“ [Der königliche Kuchen, eine Allegorie der Teilung Polens im Jahr 1772.] mit dem Abbild von Katharina II., Joseph II. und Friedrich II. von Preußen sowie dem letzten polnischen König Stanislaus II. August.</p>	<p>Als Präbild gilt das Bild der Beratung im Bunker mit Adolf Hitler, Benito Mussolini, Feldmarschall Wilhelm Keitel sowie General Alfred Jodl aus dem Jahre 1940. Das Bild wurde in der NS-Propagandazeitschrift „Signal“ verwendet.⁹</p>	<p>Also Präbild gilt die NS-Propagandabild, das zeigt, wie Mitglieder der Danziger Polizeiformationen die Durchbrechung des Grenzzauns zwischen Polen und der Freien Stadt Danzig in Kolibki im September 1939 inszenieren. Es wurde erstmals am 18. September 1939 in einer Sonderausgabe von Zeitschrift „Illustrierter Beobachter“ präsentiert und sollte den Siegeszug der Wehrmacht und das Ende des Polenfeldzugs zeigen (vgl. PAUL 2020).¹⁰</p>
Zieldomäne / Aktualisierung des Visiotyps		
<p>Deutschland (vertreten durch Angela Merkel und Martin Schulz) bereitet die Teilung Polens vor.</p>	<p>Die deutsche Europäische Union (vertreten durch Angela Merkel, Martin Schulz, Jean-Claude Juncker, Guy Verhofstadt Günther Oettinger) bereitet unter deutscher Führung – wie im Jahre 1939 – einen Angriffsplan vor.</p>	<p>Deutschland (vertreten durch Martin Schulz, Angela Merkel, Günther Oettinger) greift Polen an.</p>

⁹ Das Bild wurde in der NS-Propagandazeitschrift „Signal“ verwendet. <https://www.agefotostock.com/age/en/details-photo/adolf-hitler-and-benito-mussolini-20th-century-the-italian-and-german-fascist-leaders-studying-maps-with-field-marshal-wilhelm-keitel-and-general-jodl/HEZ-1276298> (19.06.2023).

¹⁰ „Das Motiv gehört zu den bekanntesten der deutschen Zeitgeschichte: Neun Uniformierte stemmen sich gegen einen gestreiften Schlagbaum, auf dessen Oberseite man ein Blechschild mit einem weißen Adler auf dunklem Grund erkennt, das Staatswappen Polens. Offenbar gut gelaunt, zerbrechen die durchweg jungen Männer die Grenzmarkierung. Wie kein anderes Foto symbolisiert diese Aufnahme den deutschen Überfall auf Polen am 1. September 1939.“ In: „Die Welt“ vom 29.10.2021. <https://www.welt.de/geschichte/zweiter-weltkrieg/article167392448/Wie-das-beruehmte-Schlagbaum-Foto-wirklich-entstand.html>. Dazu auch: PAUL (2020).

Abb. 9	Abb. 10	Abb. 11
Multimodale Verfahren		
<ul style="list-style-type: none"> • Modifikation, • selektive Travestie eines kulturellen Textes • Analogie • Bedeutungsredundanz unter den verwendeten Codes / Modi 	<ul style="list-style-type: none"> • Modifikation • Analogie • Travestie der sprachlich erzeugten Bedeutungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Modifikation • Analogie

7. Zusammenfassung

Anknüpfend an die Ausgangsfrage des vorliegenden Aufsatzes, mittels welcher multimodaler Komponenten das Stereotyp „Drang nach Osten“ als Visiotyp in der polnischen konservativen Presse und mit welcher politischen Funktion realisiert wird, gehen aus der lexikalischen und multimodalen Analyse folgende Erkenntnisse hervor:

Erstens veränderte sich die Bedeutung des Schlagworts „Drang nach Osten“ seit seiner Entstehung dadurch, dass sich die neuen und etablierten Bedeutungsaspekte vermischten und verschränkten. Dies führte auch dazu, dass sein Bedeutungsspektrum Ende des 19. Jahrhunderts vor allem Angst vor der deutschen Bedrohung umfasste und die Deutschen vor allem als Kreuzritter, Preuße und Nazi in der Funktion des Feindbildes konzeptualisiert wurden. Diskursiv wurden aber auch diese drei Feindbilder als voneinander abgeleitet konstruiert, so dass durch diese Kontinuität auch die Stabilität sowie Resonanz der deutschlandfeindlichen Ressentiments erzeugt wird.

Zweitens kann mit dem Rückgang der Verwendung des Ausdrucks „Drang nach Osten“ im parlamentarischen Diskurs der Rückgang dieses Stereotyps im politischen Diskurs festgehalten werden. Aus diesem Grund ergab sich die Kategorie des Visiotyps vorteilhaft, um die Kontinuität dieses Konzept auf der visuellen Ebene sowie seine multimodalen Komponenten aufzuzeigen. Im aktuellen konservativen Diskurs in Polen, so die Analyse der Titelseiten, werden die oben erwähnten Bestandteile des „Drang nach Osten“ (Kreuzritter, Preuße und Nazi) durch die Verwendung solcher Elemente wie Kreuzritter-Umhang, preußische Pickelhaube sowie Nazi-Uniformen visualisiert. Mittels dieser Elemente des Visiotyps sowie den oben genannten Strategien der Rekontextualisierung bzw. Resemiotisierung wird das Stereotyp diskursiv stabilisiert und somit, wie BONACCHI überzeugend argumentiert, „erzählen“ Visiotype, „weil sie in ein

Gewebe von dichten symbolischen Bezügen, die das kollektive Gedächtnis ansprechen, eingespannt sind“ (BONACCHI 2018:212-213).

Drittens werden im konservativen Diskurs entweder die visuellen Elemente oder die visuellen Topoi, die den Bezug zu Kreuzritter, Preuße oder Nazi herstellen, oder die Präbilder, die im kollektiven Gedächtnis in Polen für die deutsche Aggression (für die Teilung Polen im 18. und 19. Jahrhundert, den Angriff auf Polen am 1. September 1939 oder die Eroberung Mittel- und Osteuropas), verwendet. Die Elemente des Visiotyps „Drang nach Osten“ werden in ihrer Funktion des Feindbildes zur Stigmatisierung der Opposition (als Kreuzritter, Preuße oder Nazi) genutzt, um sie zum einen als Gefahr für Polen darzustellen und zum anderen ihnen auch den Staatsverrat zu unterstellen, zumal das Topos des Staatsverrates in Polen eine lange Tradition hat (vgl. LOEW 2012). Auch durch die Modifikation der Präbilder, die im Zusammenspiel mit den Schlagzeilen die Bedrohung seitens Deutschlands erzeugen sollen, werden Analogien konstruiert, die wiederum argumentativen Charakter aufweisen.

Viertens können die visuellen Aktualisierungen des Stereotyps „Drang nach Osten“ im konservativen Diskurs als Ausdruck des polnischen Antigermanismus gedeutet werden und den polifunktionalen Antigermanismus kann man wiederum als „Ausdruck der Identitätssuche einer zutiefst zerrissenen, historisch traumatisierten und sozioökonomisch fragilen polnischen Gesellschaft“ betrachten (LOEW 2018:494). Der polnische Antigermanismus, der sich im Stereotyp und Visiotyp „Drang nach Osten“ manifestieren sollte, sollte heute wie damals eine Antwort auf den deutschen Antipolonismus fungieren, der sich wiederum in dem Stereotyp „polnische Wirtschaft“ widerspiegelt (vgl. ORŁOWSKI 1996; CZACHUR 2015). Die multimodale Analyse der beiden Visiotype erscheint in dem Kontext notwendig denn je.

Literatur

ARENDARSKA, JUSTYNA / ŁADA-KONEFAL, AGNIESZKA / SENDHARDT, BASTIAN (2021): *Nachbarschaft im Rahmen. Wie Deutsche und Polen einander medial betrachten*. Wiesbaden.

BARTMIŃSKI, JERZY (2009): *Językowe podstawy obrazu świata* [Die sprachliche Grundlage des Weltbildes]. Lublin.

BEHR, MANFRED (2003): *Visuelle Argumentation: Schlüsselbilder im Selbstverständnis von Kulturen*. In: *Jahrbuch Medienpädagogik* 3:83-104.

BENDER, PETER (1992): *Deutsche Ostpolitik*. In: KOBYLŃSKA, EWA / LAWATY, ANDREAS / STEPHAN, RÜDIGER (eds.): *Deutsche und Polen. 100 Schlüsselbegriffe*. München, Zürich, 437-443.

- BONACCHI, SILVIA (2018): *Schlagbilder, Schreckbilder, Wohlfühlbilder. Eine diskurs-linguistische Analyse von visuellen Konstruktionen mit handlungsleitendem Charakter am Beispiel der Islam-Debatte*. In: KUMIEGA, ŁUKASZ / KARNER, CHRISTIAN (eds.): *(Kon-)Texte des Politischen*. Weinheim / Basel, 211-234.
- CZACHUR, WALDEMAR (2011): *Einige Überlegungen zur Kategorie des diskursiven Weltbildes*. In: *Muttersprache* 2:97-103.
- CZACHUR, WALDEMAR (2015): *Semantischer und funktionaler Wandel von Metapher und Metonymie polnische Wirtschaft im deutschen Mediendiskurs zur Wirtschaftskrise*, In: CONSTANZE SPIEB, KLAUS-MICHAEL KÖPCKE (eds.): *Metapher und Metonymie. Theoretische, methodische und empirische Zugänge*. Berlin / Boston:227-246.
- CZACHUR, WALDEMAR / LOEW, PETER OLIVER (2021): „Nie wieder Krieg“. *Der 1. September in der Erinnerungskultur Polens und Deutschlands zwischen 1945 und 1989*. Wiesbaden.
- CZACHUR, WALDEMAR / LÜGER, HEINZ-HELMUT (2018): *Kollektives Gedächtnis und transnationale Herausforderungen für die Kulturlinguistik*. In: CZACHUR, WALDEMAR / LÜGER, HEINZ-HELMUT (eds.): *Kollektives Gedächtnis und europäische Nachbarschaftsbilder. Beiträge aus kulturlinguistischer Perspektive*. Landau, 7-22.
- CZACHUR, WALDEMAR / OPIŁOWSKI, ROMAN / SMYKAŁA, MARTA (2022): *Multimodal Practices of Empathy and Fear in Polish Refugee Discourse: Analysis of Magazine Covers*. In: *GEMA Online® Journal of Language Studies* 22(3):63-85.
- CZACHUR, WALDEMAR / PAPPERT, STEFFEN (2019): *Visueller Populismus: Eine Analyse multimodaler Praktiken anhand von Wahlplakaten aus Deutschland und Polen*. In: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie (OBST)* 95:103-127.
- DĄBROWSKA-BURKHARDT, JAROCHNA (1999): *Stereotype und ihr sprachlicher Ausdruck im Polenbild der deutschen Presse. Eine textlinguistische Untersuchung*. Tübingen.
- DĄBROWSKA-BURKHARDT, JAROCHNA (2021): *Contemporary Stereotypes within German-Polish Relations: A Linguistic Approach*. In: PLESZCZYNSKI, ANDRZEJ / VERCAMER GRISCHA (eds.): *Germans and Poles in the Middle Ages. The Perception of the 'Other' and the Presence of Mutual Ethnic Stereotypes in Medieval Narrative Sources*. Leiden, 375-392.
- DĄBROWSKA-BURKHARDT, JAROCHNA / HANUS, ANNA (2022): *Defence or attack? The metaphor of war in a contrastive analysis of German and Polish political discourse*. In: *Legē artis. Language yesterday, today, tomorrow* VII (2):22-43.
- FILAR, MAGDALENA (2022): *Das Europabild und Stereotype in humoristischen Landkarten des 19. Jh. – eine multimodale ethnolinguistische Analyse*. In: *tekst i dyskurs – text und diskurs* 16:259-275.
- GARSZTECKI, STEFAN (1997): *Das Deutschlandbild in der offiziellen, der katholischen und der oppositionellen Publizistik Polens 1970-1989. Feindbild kontra Annäherung*. Marburg.
- HELD, GUDRUN (2005): *Covers – ein multimodaler Kontakttext im aktuellen Info-Marketing*. In: LENK, HARMUT / CHESTERMAN, ANDREW (eds.): *Presstextsorten im Vergleich*. Hildesheim, 323-350.

- HELD, GUDRUN (2006): *Überlegungen zur visuell-verbalen Rhetorik auf Zeitschriften-Covers*. In: FRANCESCHINI, RITA / STILLERS, RAINER / MOOG-GRÜNEWALD, MARIA / PENZENSTADLER, FRANZ / BECKER, NORBERT / MARTIN, HANNELORE (eds.): *Retorica. Ordnungen und Brüche*. Tübingen, 147-162.
- HELD, GUDRUN (2007): *Verfahren intermodaler Spannung in Kontakttexten: Beobachtungen am Beispiel typischer Formulierungsstrategien auf Zeitschriften-Covers*. In: ACKERMANN, KATHRIN / MOSER-KROISS, JUDITH (eds.): *Gespannte Erwartungen, Beiträge zur Geschichte der literarischen Spannung*. Berlin, 239-263.
- KACZMAREK, DOROTA (2018): *Binationale Diskursanalyse. Grundlagen und Fallstudien zum deutsch-polnischen medialen Gegendiskurs*. Łódź.
- KLEIN, JOSEF (1994): *Sprachliche Mechanismen bei der Bildung nationaler Vorurteile*. In: GRUCZA, FRANCISZEK et al. (eds.): *Vorurteile zwischen Deutschen und Polen. Materialien des deutsch-polnischen wissenschaftlichen Symposiums 9. bis 11. Dezember 1992*. Warschau, 129-146.
- KLUG, NINA-MARIA (2015): *Zur Eigentlichkeit des bildlichen Zeichens*. In: BRINKER-VON DER HEYDE, CLAUDIA / KALWA, NINA / KLUG, NINA-MARIA / RESZKE, PAUL (eds.): *Eigentlichkeit. Zum Verhältnis von Sprache, Sprechern und Welt*. Berlin / Boston, 501-522.
- KLUG, NINA-MARIA (2016): *Multimodale Text- und Diskurssemantik*. In: KLUG, NINA-MARIA / STÖCKL, HARTMUT (eds.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*. Berlin / Boston, 165-189.
- LABUDA, GERARD (1964): *A Historiographic Analysis of the German Drang nach Osten*. In: *Polish Western Affairs* 5:221-265.
- LEMBERG, HANS (1992): *Der ‚Drang nach Osten‘ – Mythos und Realität*. In: KOBYLIŃSKA, EWA / LAWATY, ANDREAS / STEPHAN, RÜDIGER (eds.): *Deutsche und Polen. 100 Schlüsselbegriffe*. München, Zürich, 22-28.
- LEUSCHNER, TORSTEN (2002): *Der ‚Drang nach Osten‘ zwischen Publizistik und Historiographie. Neues und Veraltetes aus der Feder von Henry Cord Meyer*. In: Internet-Plattform KAKANANIEN REVISITED <http://www.kakanien-revisited.at/rez/Leuschner3.pdf> (12.06.2023)
- LEUSCHNER, TORSTEN (2012): *The German Drang nach Osten. Linguistic Perspectives on Historical stereotyping*. In: *German Life and Letters* 65(1):94-108.
- LEUSCHNER, TORSTEN (2013): *Der Deutsche ‚Drang nach Osten‘. Plädoyer Für Eine Linguistisch Fundierte Historische Stereotypenforschung*. In: *Muttersprache* 123 (4):273-289.
- LEUSCHNER, TORSTEN (2018): *Historische Germanismen in europäischen Sprachen. Entlehnungen – Erinnerungsorte – diskursive Ressourcen*. In: CZACHUR, WALDEMAR / LÜGER, HEINZ-HELMUT (eds.): *Kollektives Gedächtnis und europäische Nachbarschaftsbilder. Beiträge aus kulturlinguistischer Perspektive*. Landau, 103-132.
- LEUSCHNER, TORSTEN / SCHRÖTER, MELANI (2015): *Von der Schlagwortforschung zur soziokognitiv orientierten Konstruktionsgrammatik: Das Beispiel ‚Drang nach Osten‘*. In: LASCH, ALEXANDER / ZIEM, ALEXANDER (eds.): *Konstruktionsgrammatik IV. Konstruktionen als soziale Konventionen und kognitive Routinen*. Tübingen, 155-77.
- LIPPMANN, WALTER (1990): *Die öffentliche Meinung*. Bochum.

- LOBINGER, KATHARINA (2009): *Visuelle Stereotype. Resultate besonderer Bild-Text-Interaktionen*. In: PETERSEN, THOMAS / SCHWENDER, CLEMENS (eds.): *Visuelle Stereotype*. Köln, 109-122.
- LOEW, PETER OLIVER (2012): *Targowica und Dolchstoß. Verrat auf Vorrat*. In: HAHN, HANS HENNING / TRABA, ROBERT (eds.): *Deutsch-Polnische Erinnerungsorte. Band 3: Parallelen*. Paderborn, 203-216
- LOEW, PETER OLIVER (2018): *Deutschland. Ein Antimärchen. Das Feindbild der polnischen Rechten*. In: *Osteuropa* 3-5:465-494.
- LOOSE, INGO (2007): *Feindbild Preußen – Deutschland? Inklusions- und Exklusionsprozesse in den Anfangsjahren der Zweiten Polnischen Republik am Beispiel der Region Wielkopolska, 1918-1925*. In: BINGEN, DIETER / LOEW, PETER OLIVER / WÓYCICKI, KAZIMIERZ (eds.): *Die Destruktion des Dialogs. Zur innenpolitischen Instrumentalisierung negativer Fremdbilder und Feindbilder. Polen, Tschechien, Deutschland und die Niederlande im Vergleich 1900 bis heute*. Wiesbaden, 49-65.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (2022): *Persuasion mit Humor? Zum Handlungspotential von Pressekarikaturen*. In: *Studia Germanica Gedanensia* 47:54-67.
- MADAJCZYK, PIOTR (2007): *Die Rolle antideutscher Instrumentalisierungen in Polen, 1944-1989*. In: BINGEN, DIETER / LOEW, PETER OLIVER / WÓYCICKI, KAZIMIERZ (eds.): *Die Destruktion des Dialogs. Zur innenpolitischen Instrumentalisierung negativer Fremdbilder und Feindbilder. Polen, Tschechien, Deutschland und die Niederlande im Vergleich 1900 bis heute*. Wiesbaden, 131-145.
- MARQUARDT, EDITHA (2005): *Visiotype und Stereotype. Prägungsbildungsprozesse bei der Konstruktion von Region in Bild und Text*. Köln.
- MEYER, HENRY CORD (1996): *Drang nach Osten. Fortunes of a Slogan-concept in German Slavic Relations 1849-1990*. Bern.
- MIKOŁAJCZYK, BEATA (2004): *Sprachliche Mechanismen der Persuasion in der politischen Kommunikation dargestellt an polnischen und deutschen Texten zum EU-Beitritt Polens*. Frankfurt a.M.
- MILLER, DOROTA (2021): *Weapons, fire and dangerous men: multimodal argumentation of magazine covers featuring president Donald J. Trump*. In: *Res Rhetorica* 8(4):98-118.
- OPIŁOWSKI, ROMAN (2008): *Die Interbildlichkeit und deren sprachliche Unterstützung in den Titelseiten des Magazins Der Spiegel*. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 49:45-72.
- OPIŁOWSKI, ROMAN (2009): *Das strategische Textdesign im Diskurs als Konstruktionsprinzip der Werbekampagnen*. In: *tekst i dyskurs – text und diskurs* 2:107-121.
- OPIŁOWSKI, ROMAN (2011): *Text- und Bildkulturen in der Kontakttextsorte „Cover“: Ein intra- und interkultureller Blick*. In: BARTOSZEWICZ, IWONA / SZCZĘK, JOANNA / TWOREK, ARTUR (eds.): *Germanistische Linguistik im interdisziplinären Gefüge II. Linguistische Treffen in Wrocław*. Wrocław / Dresden, 171-179.

- OPIŁOWSKI, ROMAN (2012): *Interikonizität als Gestaltungsstil und Werbestrategie in Titelbildern*. In: GRÖSSLINGER, CHRISTIAN / HELD, GUDRUN / STÖCKEL, HARTMUT (eds.): *Presstextsorten jenseits der ‚News‘*. Frankfurt am Main u.a., 37-51.
- OPIŁOWSKI, ROMAN (2015): *Der multimodale Text aus kontrastiver Sicht. Textdesign und Sprache- Bild-Beziehung in deutschen und polnischen Presstexten*. Wrocław / Dresden.
- ORŁOWSKI, HUBERT (1996): „Polnische Wirtschaft“ Zum deutschen Polendiskurs der Neuzeit. Wiesbaden.
- PAPPERT, STEFFEN (2017): *Plakatbusting: Zur Umwandlung von Wahlplakaten in transgressive Sehflächen*. In: KÄMPER, HEIDRUN / WENGELER, MARTIN (eds.): *Protest – Parteienscheit – Politikverdrossenheit. Politikkritik in der Demokratie*. Bremen, 55-75.
- PATECKA-FRAUENFELDER, ANNA (2010): *Stereotyp „Drang nach Osten“ w prasie narodowej na przykładzie tygodnika „Myśl Polska“/ „Nowa Myśl Polska“ (1989-2003)* [Das Stereotyp des „Drang nach Osten“ in der nationalen Presse am Beispiel der Wochenzeitschrift „Myśl Polska“/ „Nowa Myśl Polska“ (1989-2003)]. Toruń.
- PAUL, GERHARD (2020): *Bilder einer Diktatur. Zur Visual History des >Dritten Reiches<*. Göttingen.
- PIEKOT, TOMASZ (2007): *Językowa i wizualna reprezentacja stereotypu (rekonesans badawczy)* [Sprachliche und visuelle Darstellung eines Stereotyps (Bestandsaufnahme)]. In: SZPIŁA, GRZEGORZ (eds.): *Język polski XXI wieku: analizy, oceny, perspektywy*. [Die polnische Sprache im 21. Jahrhundert: Analysen, Bewertungen, Perspektiven]. Kraków, 61-70.
- PLEITNER, BERIT (2013): „Drang nach Osten“. In: *Online-Lexikon zur Kultur und Geschichte der Deutschen im östlichen Europa*, URL: <https://ome-lexikon.uni-oldenburg.de/p32832> (05.01.2021).
- POPRAWA, MARCIN (2020a): *Typografia w służbie propagandy. Wizualne i perswazyjne aspekty druków ulotnych z lat 1918-1939* [Typografie im Dienste der Propaganda. Visuelle und persuasive Aspekte der Flugblätter von 1918-1939]. In: *Sztuka Edycji. Studia Tekstologiczne i Edytorskie* [Die Kunst des Editierens. Textwissenschaftliche und editorische Studien] 18/2:175-201.
- POPRAWA, MARCIN (2020b): *Przestrzenie słowno-obrazowe w propagandowych drukach ulotnych lat 1918-1939. Próba analizy w świetle lingwistyki tekstowej i teorii wizualności* [Wort-Bild-Flächen in Propagandaschriften der Jahre 1918-1939. Ein Analyseversuch im Lichte der Textlinguistik und der Visualitätstheorie]. In: *Sztuka Edycji. Studia Tekstologiczne i Edytorskie* [Die Kunst des Editierens. Textwissenschaftliche und editorische Studien] 17/1:203-230.
- PÖRKSEN, UWE (2000): *Visiotype. Die Welt der zweiten Anschauung. Rote Revue*. In: *Zeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur*, 4(78):12-16.
- RADA, ROBERTA / CSATÁR, PÉTER / PÉTERI, ATILLA (2021): *An der Grenze: Perspektiven einer diskurslinguistischen Analyse für den universitären DaF-Unterricht*. In: *Deutsch als Fremdsprache*. 58 (2):96-108.

- SCHMITZ, ULRICH (2011): *Sehflächenforschung. Eine Einführung*. In: DIEKMANN-SHENKE, HAJO / KLEMM, MICHAEL (eds.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin, 23-42.
- STÖCKL, HARTMUT (2008): *Was hat Werbung zu verbergen? Kleine Typologie des Verdeckens*. In: PAPPERT, STEFFEN / SCHRÖTER, MELANI / FIX, ULLA (eds.): *Verschlüsseln, Verbergen, Verdecken in öffentlicher und institutioneller Kommunikation*. Berlin, 171-196.
- STÖCKL, HARTMUT (2016): *Multimodalität – semiotische und textlinguistische Grundlagen*. In: KLUG, NINA-MARIA / STÖCKL, HARTMUT (eds.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*. Berlin / Boston, 3-35.
- STOMMA, STANISŁAW (1980): *Czy fatalizm wrogości? Refleksje o stosunkach polsko-niemieckich 1871-1933* [Der Fatalismus der Feindschaft? Überlegungen zu den deutsch-polnischen Beziehungen 1871-1933]. Kraków.
- SZAROTA, TOMASZ (1996): *Niemcy i Polacy. Wzajemne postrzeganie i stereotypy* [Deutsche und Polen. Gegenseitige Wahrnehmungen und Stereotypen]. Warszawa.
- SZCZEPANIAK, JACEK (2021): *Multimodale Praktiken der Konstruktion von Emotionen in printmedialen Diskursen*. In: *Forum Filologiczne Ateneum* [Philologisches Forum Ateneum] 1:85-98.
- TAZBIR, JANUSZ (1992): *Die 'Kreuzritter' – kurze Geschichte und lange Legende*. In: KOBYLIŃSKA, EWA / LAWATY, ANDREAS / STEPHAN, RÜDIGER (eds.): *Deutsche und Polen. 100 Schlüsselbegriffe*. München / Zürich, 28-34.
- TKACZYŃSKI, JAN W. (1997): *Der ‚Drang nach Osten‘. Mythos und Realität eines Schlagwortes*. In: *Zeitschrift für Geschichtswissenschaft* 45:5-20.
- TOMALA, MIECZYSLAW (2000): *Deutschland – von Polen gesehen. Zu den deutsch-polnischen Beziehungen 1945-1990*. Marburg.
- WEBER, PIERRE-FRÉDÉRIC (2015): *Timor Teutonorum. Angst vor Deutschland seit 1945. Eine europäische Emotion im Wandel*. Paderborn.
- WIPPERMANN, WOLFGANG (1981): *Der 'deutsche „Drang nach Osten“'. Ideologie und Wirklichkeit eines politischen Schlagwortes*. Darmstadt.
- WÓJCICKA, MARTA (2019): *Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej* [Das Internet-Mem als multimodale Textsorte des kollektiven Gedächtnisses]. Lublin.
- WÓYCICKI, KAZIMIERZ (1990): *Czy bać się Niemców? Słowo wstępne Stanisław Stomma* [Müssen wir Angst vor den Deutschen haben? Mit einem Vorwort von Stanisław Stomma]. Warszawa.
- WRZESIŃSKI, WOJCIECH (2007): *Sąsiad czy wróg? Ze studiów nad kształtowaniem się obrazu Niemca w Polsce w latach 1795-1933* [Nachbar oder Feind? Studien über die Entstehung des Bildes der Deutschen in Polen in den Jahren 1795-1933]. Wrocław.
- ZIENTARA, BENEDYKT (1981): *Zum Problem des geschichtlichen Terminus "Drang nach Osten"*. In: DRALLE, LOTHAR (eds.): *Preußen, Deutschland, Polen im Urteil polnischer Historiker. Eine Anthologie, Band 1*. Berlin, 171-181.

Waldemar Czachur

Prof. Dr., Professor für Sprachwissenschaft, Leiter der Abteilung für germanische Sprachwissenschaft am Institut für Germanistik der Universität Warschau. Forschungs- und Interessensschwerpunkte: vergleichende Text und Diskurslinguistik, linguistische Erinnerungsforschung und Geschichte der deutsch-polnischen Beziehungen.

Marcin Poprawa

Dr. habil, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Polnische Philologie der Universität Wrocław (Breslau), Mitglied der Arbeitsstelle für Einfaches Polnisch. Forschungs- und Interessensschwerpunkte: (kritische) Diskursanalyse, Pragmalinguistik, Politolinguistik, Textlinguistik, linguistische Erinnerungsforschung.



© by the author, licensee University of Lodz – Lodz University Press, Lodz, Poland. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license CC BY-NC-ND 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)
Received: 2021-07-17; verified: 2021-08-16. Accepted: 2022-10-18
