

## **Status und Herausforderungen der Medienlinguistik – Gespräch mit Prof. Krzysztof Kaszewski, Prof. Hartmut Lenk, Prof. Iwona Loewe, prof. Heinz-Helmut Lüger, Prof. Simon Meier-Vieracker, Prof. Magdalena Ślawska und Prof. Maria Wojtak**

**Äußern Sie sich bitte über das Thema der Medienlinguistik und den Forschungsbereich der Disziplin.**

**Krzysztof Kaszewski:** Die Grundlage der Medienwissenschaft ist die Erforschung der sprachlichen Ebene von Mediendiskursen. Äußerst wichtig ist jedoch dabei, dass sich die Analysen auf eine oder die Sprache im Gebrauch beziehen (und nicht auf ein potentielles, abstraktes System von Sprache an sich), die in multidimensionale außersprachliche Kontexte verstrickt ist (wie jede zuverlässige Analyse eines konkreten Diskurses). Immer häufiger interessieren sich Medienlinguisten auch für die Beziehungen zwischen der verbalen Ebene der Nachricht und anderen Codes. Sie beginnen den Mediendiskurs ganzheitlicher zu erforschen.

Sehr charakteristisch für die Medienlinguistik ist auch ihr Bestreben, eine Zusammenarbeit mit anderen Disziplinen zu entwickeln. Einerseits nutzt sie gern und mit Gewinn Konzepte und Werkzeuge, die von anderen Wissenschaften entwickelt wurden, andererseits bietet sie ihrerseits ein Forschungsinstrumentarium und Analyseergebnisse, die für Forscher, die z. B. die Medienwissenschaften, die Kulturwissenschaften, die Psychologie oder die Soziologie vertreten, nützlich sein können. Ich habe jedoch den Eindruck, dass sich die Medienlinguisten in Polen bisher viel mehr für die Arbeiten anderer Forscher interessieren als umgekehrt.

**Hartmut Lenk:** Die Frage präsupponiert, dass es die Medienlinguistik als eine eigene Disziplin bereits gibt, so, wie es die Phonologie, die Lexikologie, die Textlinguistik und die Diskursanalyse als etablierte Disziplinen gibt, um nur einige wenige zu nennen. Diese unterschwellig mitformulierte Aussage werden möglicherweise nicht alle in der Sprachforschung Tätigen in gleicher Weise akzeptieren. Ich selbst tendiere inzwischen dazu, dies zu tun. In einem 2013

veröffentlichten Aufsatz habe ich die Medienlinguistik als eine Disziplin *in statu nascendi* bezeichnet, 2012 sprach beispielsweise Hartmut Stöckl von einem emergenten Forschungsfeld. Heinz-Helmut Lüger und ich negierten 2008 noch die Existenz einer eigenen Disziplin Medienlinguistik und sprachen stattdessen von einem mehr oder weniger neuen Untersuchungsfeld innerhalb der Sprachpragmatik und Textlinguistik. Seither hat sich einiges geändert: Es gibt mehrere Professuren bzw. Forschungszentren für Medienlinguistik an Universitäten in verschiedenen Ländern, es gibt ein Journal für Medienlinguistik, mehrere Webportale zur Mediensprache und -linguistik, und die entsprechenden Tagungsserien wurden fortgesetzt.

Eine wissenschaftliche Disziplin definiert sich durch ihren Gegenstand und ihre Methoden. Der Gegenstand ist vom Objekt oder Stoff, mit dem sich eine Disziplin befasst, dahingehend zu unterscheiden, dass es beim Gegenstand um einen spezifischen Blickwinkel auf das Objekt, um ein spezielles Interesse am untersuchten Material oder auch um einen durch die Wissenschaft selbst konstruierten Aspekt von Phänomenen geht. Objekt der Medienlinguistik und vieler anderer Disziplinen ist die Kommunikation über oder in den Medien. Was aber ist der spezifische Gegenstand?

Schon bei der Definition dessen, was man unter Medium versteht, öffnet sich eine große Spannweite von Möglichkeiten. Geht es um technische Apparate bzw. Übertragungstechniken, geht es um Institutionen der Verbreitung von medialen Inhalten, geht es um Bereiche sozialer Kommunikation, die sich um die Institutionen oder die technischen Möglichkeiten herum etablieren, geht es um die materielle Basis sprachlicher Zeichen im Sinne von schriftlicher, mündlicher Sprachverwendung sowie Blindenschrift oder Gebärdensprache – oder kann nicht auch die Sprache selbst als Medium betrachtet werden? Nimmt man die letztgenannte Position ein, so wäre die gesamte Sprachwissenschaft Medienlinguistik. Das entspricht jedoch nicht dem allgemein verbreiteten Verständnis der Bezeichnung.

In der Geschichte der Sprachforschung standen zu einer Zeit, die wir heute als die Anfänge der Medienlinguistik bezeichnen können, zunächst Texte in den Vorläufern der Tageszeitungen, den Flugschriften, und ab den 1960er Jahren in den Tageszeitungen im Mittelpunkt des Forschungsinteresses. Letztere wurden zunächst als Ausdruck von Entwicklungsprozessen in der Gegenwartssprache allgemein untersucht. Später rückte ihre spezielle Funktion im Rahmen sozialer Kommunikation in den Fokus, und gleichzeitig wurden auch andere Massenkommunikationsmedien (das Radio und Fernsehen) für die Linguistik interessant. Die textuelle Perspektive wurde wiederum später erweitert auf ganze Diskurse. Man kann für das 20. Jahrhundert konstatieren, dass das Thema der Medienlinguistik die Sprachverwendung in den Massenkommunikationsmedien (v. a. den Print- und allmählich auch den elektronischen Medien Radio und Fernsehen) war.

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts entwickelte sich das World Wide Web als wichtigster Bereich des Internets zu einem neuen, konvergenten, mehr und mehr alle traditionellen Medienformate in sich aufnehmenden und dem Medienrepertoire zugleich neue Kommunikationsweisen und -formen hinzufügenden neuen massenhaft genutzten Medium (im Sinne eines technischen Verbreitungsmittels). Damit beginnen die Grenzen zwischen Massen-, Gruppen- und individuell-persönlicher Kommunikation, zuerst z. B. in den Chats mit ihren Separees, bereits zu verschwimmen. Das gilt auch für E-Mails, die zwar vorrangig der interpersonellen Kommunikation dienen, aber als Newsletter oder Werbemails oft ebenso breit gestreut werden wie Gratiszeitungen für bestimmte Stadtteile. Die sog. Sozialen Medien erlauben gleichfalls eine ziemlich fein abstufbare Bestimmung der jeweiligen Adressatenkreise. Sie stehen zwischen Massenkommunikationsmedien und Kommunikationskanälen für Individuen oder genau definierten Gruppen. Niemand wird heute jedoch Untersuchungen zur Kommunikation über Facebook, Twitter, Instagram, TikTok usw. aus dem Bereich der Medienlinguistik ausklammern. Damit ist die traditionelle Bestimmung des Themas oder Gegenstandsbereichs der Medienlinguistik auf Massenkommunikation suspekt. Wenn man jedoch Posts in den Sozialen Medien oder E-Mails als Teilbereich der Medienlinguistik akzeptiert, warum sollte man dann beispielsweise die Kommunikation mittels traditioneller Briefe oder Postkarten oder Telefongespräche ausschließen?

Als spezieller Gegenstand der Medienlinguistik bleiben die typischen Charakteristika der (sprachlichen und multimodalen) Kommunikation in den Medien „übrig“. Es geht um die Mediatisierung der Kommunikation, um die sog. Affordanzen, die bestimmte Medien für die Ausgestaltung der Kommunikation in Form kultureller Praktiken voraussetzen und ermöglichen.

Die Methoden, die bei solchen Analysen eingesetzt werden (können), sind vielfältig und abhängig von den jeweiligen konkreten Erkenntnisinteressen entsprechender Untersuchungen. Wie in manchen anderen linguistischen Disziplinen auch, herrscht in der Medienlinguistik Methodenpluralismus. Die Auswahl geeigneter Methoden sollte jedoch danach streben, die Berücksichtigung des Einflusses zu ermöglichen, den die medialen Voraussetzungen auf die Gestaltung von Kommunikaten haben (können).

**Iwona Loewe:** Ich würde diese Frage gerne zweiteilig beantworten: in einem ersten Teil, der sich auf die Medienlinguistik im Allgemeinen bezieht, und in einem zweiten, der den medienlinguistischen Forschungsbereich näher bringt. Wenn man die Medienlinguistik aus der Vogelperspektive, also universell betrachtet, sieht man ein Kontinuum auf dem Gebiet Mittel- und Osteuropas. Sowohl in Polen als auch in Tschechien, in der Slowakei sowie in Russland ist das medienlinguistische Angehen durch Leistungen unserer Vorgänger geprägt. Ich

meine hier Theorien und Methoden der sprachwissenschaftlichen Stilistik und Pragmalinguistik, auf die sich sicherlich das Forschungspotenzial der gegenwärtigen Medienlinguistik zurückführen lässt. Beiträge, die im Rahmen der beiden oben genannten Methodologien entstanden sind, haben die relevanten Forschungszielsetzungen der heutigen Medienlinguist\*innen beeinflusst.

Mit den relevanten Forschungszielsetzungen meine ich die zwei folgenden Fragen: Wie wurde die Äußerung aufgebaut und welche Intention wird mit ihr vermittelt? Jegliche weiteren Fragen und Antworten werden von Änderungen in der heutigen mediatisierten Welt sowie von immer weiter entwickelten linguistischen Forschungsmethoden abgeleitet.

Nun möchte ich zum zweiten Teil Ihrer Frage übergehen, den ich der Ordnung halber in die Frage nach dem Forschungsgegenstand und die nach den medienlinguistischen Arbeitsverfahren aufteilen würde.

Ich glaube, einem Medienlinguisten/einer Medienlinguistin stehen zwei Möglichkeiten zur Verfügung. Er / Sie kann nach den Forschungsmethoden greifen, die in der linguistischen Tradition **bekannt** sind, und den Forschungsmethoden, die sich aus der linguistischen Tradition **entwickelt** haben. Ich bin überzeugt, dass die Medienlinguistik auf der quantitativen, der qualitativen und der Inhaltsanalyse aufbaut. Der Medienlinguist/ die Medienlinguistin darf aber die methodischen Errungenschaften der Gegenwart wie Textanalyse und -synthese, Textsorten- sowie Diskursanalyse nicht aufgeben. Zur besseren Effektivität des Forschungsverfahrens ist das Interesse am Forschungsgegenstand auch klar und eindeutig im Auge zu markieren.

Ich gehe davon aus, dass Massenmedien, Neue Medien und Neue Neue Medien als Erscheinungen der uns umgebenden Welt keine Forschungsgegenstände *en bloc* sein können. Dieser Gegenstand soll näher bestimmt werden. Es ist daher meiner Meinung nach durchaus möglich, das Forschungsinteresse dem medialen Diskurs, den eingesetzten Zeichen, Intentionen und angestrebten Zielen eines Mediensenders zuzuwenden. Darüber hinaus ist die Hinwendung zum medialen Weltbildaufbau, zu den Empfängerstilen beim Medienpublikum sowie zur Modellierung des Medienauditoriums von Relevanz. Auch eine nähere Bestimmung der Medieninhalte darf nicht fehlen, wobei ich Medientexte, Textsorten und Stile darunter verstehe. Beim Interesse des Medienlinguisten/ der Medienlinguistin an Medientechnik und am Medium selbst ist allerdings Vorsicht geboten, denn diese Aspekte stehen im Zentrum des medienwissenschaftlichen Interesses. Falls jedoch die Medientechnik und das Medium selbst die Art und Weise der Inhaltsvermittlung an Massenempfänger beeinflussen, sind sie durchaus auch zu berücksichtigen. So würde ich einen modular aufgebauten Forschungsgegenstand der Medienlinguistik sehen.

Ich möchte es in meiner Aussage unterstreichen, dass die Forschungsbasis für Medienlinguistik in der Stilistik, Pragmalinguistik, Textsortenlehre, Semiotik

und Diskurslinguistik liegen soll. Lediglich im Hintergrund verbleibend sind dagegen folgende Disziplinen: Mediologie, Medienwissenschaft, Soziologie, Ästhetik, Ethik.

**Heinz-Helmut Lüger:** Zunächst einmal wäre zu fragen, ob bzw. inwieweit die Medienlinguistik überhaupt als eine eigenständige Disziplin zu betrachtet ist. Im Sinne eines engen Begriffsverständnisses könnte man vielleicht sagen, Medienlinguistik habe es mit der sprachlichen Seite von Medien zu tun; das heißt, ihre primäre Aufgabe wäre, die lexikalische, syntaktische und textuelle Seite medialen Sprachgebrauchs zu beschreiben. Medienlinguistik wäre demnach eine spezielle Ausprägung angewandter Sprachwissenschaft. Doch wird eine solche Auffassung dem zu untersuchenden Gegenstand und den bereits vorliegenden Forschungsaktivitäten überhaupt gerecht?

Medienlinguistik ist vielmehr – und dies dürfte einem breiten Konsens in der aktuellen Forschung entsprechen – von einer starken Interdisziplinarität geprägt. Nicht ohne Grund fand 2015 an der Universität Rzeszów eine medienlinguistische Konferenz mit einer solchen Ausrichtung statt; die Beiträge wurden 2017 unter dem Titel *Medienlinguistik und interdisziplinäre Forschung* in zwei Bänden veröffentlicht. Das Themenspektrum dieser Publikation illustriert in überzeugender Weise die Vielfalt der Analyseobjekte und die Verschiedenheit theoretischer Konzepte und methodischer Herangehensweisen. Diese Heterogenität innerhalb der Medienlinguistik ist nicht nur nicht vermeidbar, sondern notwendig; sie ergibt sich zum einen aus den unterschiedlichen Medien wie Zeitung, Rundfunk, Fernsehen, Film, Internet, zum andern aus den unterschiedlichen semiotischen Systemen, von mündlichen oder schriftlichen Sprachzeichen über Mimik und Gestik bis hin zu Typographie und anderen visuellen Formen. All das macht es praktisch unmöglich, von *dem* Thema und *dem* Forschungsbereich der Medienlinguistik zu sprechen.

**Simon Meier-Vieracker:** In einem weiten Sinne beschäftigt sich die Medienlinguistik mit Sprachgebrauch in und mit Medien. Dabei können unter Medien in einem weiten Sinne alle Verfahrensformen von Zeichen verstanden werden, so dass selbst Mündlichkeit und Schriftlichkeit grundlegende Medialitäten von Sprache sind. Oder Medien werden eher enger als technische Hilfsmittel der Kommunikation verstanden, die von Buch und Zeitung über das Radio bis hin zu digitalen und Sozialen Medien reichen. Entscheidend ist aber immer für die Medienlinguistik als Teildisziplin der Sprachwissenschaft, dass mediale Prägungen des Sprachgebrauchs in formaler und funktionaler Perspektive untersucht werden. Andererseits ist es Aufgabe der Medienlinguistik als Teil der Medienwissenschaft, besonders die sprachlichen Aspekte der Medienkommunikation zu analysieren und zu erklären, auch wenn diese natürlich um multimodale Aspekte ergänzt werden müssen.

**Magdalena Ślowska:** Die Medienlinguistik als eine sprachwissenschaftliche Subdisziplin wurde in der polonistischen Forschung von Bogusław Skowronek konstituiert. In seinem Vorschlag stellte der Forscher die Grundvoraussetzungen und das Programm für das neu etablierte Forschungsgebiet dar und machte dabei auf den soziolinguistischen Ursprung der Medienlinguistik aufmerksam, der in den früheren Untersuchungen zur Mediensprache der 50er Jahre wurzelt. Ich bin der Meinung, dass die Medienlinguistik als eine in den Geistes- und Sozialwissenschaften verankerte Subdisziplin betrachtet werden kann. Genaugenommen sehe ich sie als eine Disziplin „zwischen“ der Sprach- und Medienwissenschaft, die aus den Erkenntnissen und Erfahrungen dieser beiden Wissenschaften schöpft. Vereinfachend kann man sagen, dass das Forschungsobjekt hier aus dem Gebiet der Medienwissenschaft stammt und die Forschungsmethoden aus der Sprachwissenschaft übernommen wurden. Allerdings kann ich mir gleichzeitig eine qualitative Untersuchung von Medientexten mit dem Einsatz von Methoden aus der Medienwissenschaft vorstellen.

Es sollte jedoch betont werden, dass viele prominente Linguisten – Stanisław Gajda, Bożena Witosz, Urszula Żydek-Bednarczuk – darauf hingewiesen haben, dass das Kriterium, das die linguistische Perspektive eindeutig ändert und neu gestaltet, das Medium *per se* ist. Die Kategorie Medium selbst ist äußerst komplex, und die Möglichkeiten der Medienbeschreibung ergeben sich aus der angenommenen Forschungsperspektive. Gleichzeitig kommt diese Kategorie im Rahmen vieler sprachwissenschaftlichen Strömungen zum Vorschein: Textlinguistik, Diskursforschung, Textsortenlinguistik, Stilistik, Kulturlinguistik, Pragmalinguistik. Man könnte hier noch weitere Disziplinen auflisten, aber zugleich ist es ratsam, medienlinguistische Forschungsmethodologie als Konglomerat verschiedener Herangehensweisen und Methoden zu betrachten. Die Wahl der Methode hängt immer von dem angenommenen Kontext der Medienbeschreibung, dem gewählten Betrachtungspunkt und den Zielen ab, und das wird sich insgesamt auf die Konzeptualisierung der Forschungsmethode auswirken.

Ich bin davon überzeugt, dass hier eine Einstellung zu Forschung notwendig ist, der eine inter-disziplinäre und transdisziplinäre Denkweise zutiefst eigen ist. An dieser Stelle möchte ich auf die Projektbeschreibung von Małgorzata Kita zur Transdisziplinarität verweisen. Denn heutzutage ist es schlechthin nicht einfach über Medien zu sprechen, ohne die vielfältigen methodologischen Perspektiven als ein ständiges Praktizieren des eigenen Forschungsinstrumentariums einzubeziehen. Gleichzeitig ist es empfehlenswert, die Tradition der Medienforschung als ein schöpferisches Bezugsfeld zu betrachten. Forschungsinspirationen sind nicht nur in den Medienkonzepten, sondern auch in den Forschungstraditionen zu finden.

Die Medienlinguistik sehe ich als eine offene Subdisziplin an. Mir kommt die Betrachtungsweise von Maria Wojtak nahe, die Textsortenlinguistik als einen

Forschungsbereich, einen bestimmten Denkstil reflektiert – vielleicht sollte die Medienlinguistik genauso ermittelt werden? Dies wird es uns erlauben, die Forschungsarbeit von vielen Linguist\*innen im Rahmen eines bestimmten Paradigmas zu platzieren.

**Maria Wojtak:** Die Medienlinguistik wird als Teildisziplin gefasst, die sich mit der sprachlichen Dimension der Medienkommunikation bzw. dem medialen Sprachgebrauch beschäftigt. Insbesondere die Ansichten von Bogusław Skowronek erfreuen sich großer Wertschätzung in der polnischen Forschungsgemeinschaft. Der Forscher hebt eine disziplinäre Eigenständigkeit der Medienlinguistik hervor, „die über theoretische und paradigmatische Grundlagen, eine eigene Terminologie und einen eigenen Forschungsapparat verfügt“. Er schreibt ihr Transdisziplinarität, den Gebrauch von zahlreichen methodologischen Herangehensweisen und variantenreiche Ansätze zu. Er hält es für obligatorisch, die verbale Ebene eines Kommunikats mit einem weit betrachteten kulturellen Kontext zu verbinden. Nach Skowronek liegt der Subdisziplin Medienlinguistik die Kulturlinguistik als Gründungsparadigma zugrunde. Er betrachtet die Sprache als „ein Phänomen, das das Denken, die Erkenntnis und die Kultur miteinander verbindet“. Zu den Schlüsselbegriffen zählt er *das sprachliche Weltbild (Profil, Profilierung, Betrachtungsperspektive usw.)* sowie *das diskursive, mediale und textuelle Weltbild*. Aus der Menge der für die Medienwissenschaften wichtigen Begriffe führt er darüber hinaus an *Mediatisierung* (sie erlaubt es, die komplexe Relation zwischen der Welt, die der Erkenntnis unterliegt, und den Medien und dem Menschen zu beschreiben), *Polyphonie der Stimmen, Veränderungen im Kommunikationssystem, Dezentralisierung und Fragmentarisierung*.

Ein Echo dieser Ansätze bemerkt man in vielen Arbeiten polnischer Medienlinguisten.

### **Wie schätzen Sie die Aufgaben der sich entwickelnden Medienlinguistik ein?**

**K.K.:** Eine der wichtigsten Aufgaben der modernen Medienlinguistik ist, so meine ich, die Erforschung des medialen Weltbildes. Unter den Bedingungen des demokratischen Pluralismus der Weltanschauungen, der Vielzahl unabhängiger Sender und des freien Wettbewerbs auf dem Medienmarkt, ist eine solche Forschung nicht nur aus wissenschaftlichen und sprachlichen Gründen, sondern auch und vielleicht vor allem in gesellschaftlicher Hinsicht notwendig. Vergleichende Forschung ist extrem wichtig – es lässt sich beobachten, wie dieselbe Realität von verschiedenen Medien unterschiedlich dargestellt wird.

Für die Erforschung der kommunikativen Darstellung der Wirklichkeit stehen den Medienlinguisten hervorragende Werkzeuge zur Verfügung, die früher (und

auch heute noch) für die Analyse des sprachlichen Weltbildes verwendet wurden (z. B. Profilierungskonzepte nach Jerzy Bartmiński). Linguistisches (oder sprachlich-kulturelles) Instrumentarium erlaubt es, solche Bilder objektiv(er), präzise(er), organisiert und geordnet zu rekonstruieren. Es ist äußerst wichtig, dass das standardisierte Verfahren (d. h. die Verwendung u. a. immer gleicher Indikatoren) einen zuverlässigen Vergleich der Welt Darstellung durch verschiedene Medienanstalten ermöglicht.

Die zweite wichtige Aufgabe der modernen Medienlinguistik ist es, eine Methodologie zur Erforschung der Entstehung und Rezeption von sprachlichen Medienübertragungen zu entwickeln. Das ist eine ziemlich große Herausforderung, denn ein Linguist, der an die Analyse von Texten gewöhnt ist, muss sich mit der Erforschung von Befragten, d. h. mit Menschen auseinandersetzen – was andere Kompetenzen und Werkzeuge, was die Aneignung des Instrumentariums anderer Wissenschaften (z. B. der Sozialwissenschaften) erfordert. Die parallele Erforschung von Texten und Menschen – d. h. des Kommunikationspotentials und seines tatsächlichen Funktionierens – wäre aufgrund ihrer Komplementarität, Vielseitigkeit und Synergie von großem Wert. Auf diesem Weg sind jedoch viele Hindernisse zu überwinden.

Das dritte Ziel, das vor allem von gesellschaftlicher Bedeutung ist, ist nun meines Erachtens die (stärkere) Präsenz der Medienlinguistik in der allgemeinen Schulbildung. Dies sollte eine natürliche Antwort auf die Rolle der Medien im modernen Leben sein, auch im Leben junger Menschen, und gleichzeitig ein Zeichen dafür, dass man offen für neue Möglichkeiten und Bedürfnisse der Zeit ist. Dazu ist es aber notwendig, bestimmte Gewohnheiten in der Didaktik der polnischen Sprache zu ändern – z. B. zu „entdecken“, dass es möglich und lohnenswert ist, über eine Metapher in Bezug auf die Poesie und einen Poesietext zu sprechen; dass Polysemie, Homonymie und Antonymie nicht nur als abstrakte semiotische Relationen besprochen werden müssen, sondern sie als Möglichkeiten aufzuzeigen, den Rezipienten zu faszinieren, zu stimulieren und seine Aufmerksamkeit zu erlangen. Und so weiter: die mediale Übertragung und die darin vorkommenden Phänomene, Strategien, sprachlichen Mittel ermöglichen es, viele Inhalte aus dem aktuellen Rahmenlehrplan des Polnischunterrichts in einer funktionalen, zeitgemäßen und für den Schüler attraktiven (attraktiveren) Perspektive zu diskutieren.

**H.L.:** Die mediale Welt entwickelt sich weiterhin in hohem Tempo. Immer wieder kommen beispielsweise neue Apps für Smartphones oder Tablets auf den Markt, und die traditionellen Medien streben danach, ihre Inhalte auf verschiedenen neuen Kanälen zu verbreiten. Neue Kommunikationsmöglichkeiten ziehen neue Rezeptionsweisen nach sich. Welchen Einfluss hat diese Entwicklung auf die Medieninhalte, Formate, Präsentationsweisen und Praktiken in Produktion



und Rezeption? Auch die Remedialisierung traditioneller Darstellungsweisen ist ein Forschungsfeld, dem sich die Medienlinguistik stellen sollte. Es ist für einen gestandenen Forscher schon eine gewisse Herausforderung, dem Tempo der medialen Weiterentwicklung zu folgen. Hinzu kommt die Tatsache, dass für die Beschreibung vieler Bereiche der Kommunikation multimodale und intermediale Analysemethoden nötig sind, die in der linguistischen Forschung erst in den letzten Jahrzehnten eine gewisse Verbreitung erfahren.

Eine weitere Aufgabe und Herausforderung für die Medienlinguistik ergibt sich aus der immer stärker polarisierten Einstellung größerer Bevölkerungsgruppen in der westlichen Welt zur Glaubwürdigkeit der (traditionellen) Massenkommunikationsmedien Zeitung, Radio und Fernsehen. Während eine Mehrheit sie noch für vertrauenswürdig hält, werfen ihr nicht geringe Bevölkerungsteile (vor allem solche, die politisch extremen Richtungen anhängen) vor, als Systemjournalismus einseitig die Positionen der politischen Elite zu verbreiten, die Bevölkerung zu manipulieren oder sogar Lügen zu verbreiten. Die traditionellen Medien gelten als vierte Macht im Staate, deren Aufgabe in der Kontrolle der Legislative, Exekutive und Judikative bestehe. Manche bezeichnen die Form unseres staatlichen Zusammenlebens als Mediendemokratie. Wer soll aber die Medien kontrollieren? Auch hier sollte die Medienlinguistik, gemeinsam mit der Kommunikations- und Medienwissenschaft, ihren Beitrag leisten. Kritische Analysen sollten einerseits Missstände in der medialen Kommunikation (ihren Inhalten, Präsentationsformen, der sprachlichen Gestaltung usw.) aufdecken und möglicherweise verhindern helfen. Zugleich könnte auf diese Weise andererseits auch die Vertrauenswürdigkeit der Medien überprüft werden.

**IL.:** Ich glaube, die Forscher\*innen verfügen nun schon über ein ausgebautes Methodeninstrumentarium. Ich versuchte es in meiner Antwort auf die erste Frage hervorzuheben. Im Moment brauchen wir viele Forschungsanpassungen unter Einsatz von adäquaten Methoden, die uns dank den führenden Forscher\*innen zahlreich zur Verfügung stehen. Ich glaube allerdings, dass die jungen Forscher\*innen eher an der semiotischen Analyse interessiert sind, die heutzutage gerne als multimodale Analyse, Diskursanalyse und Analyse des medialen Weltbildes bezeichnet wird.

Hinweisen möchte ich dabei auf die interessante Erscheinung, dass die Medienlinguistik bereits der Synthese unterliegt. In Polen wird gerade an einer Enzyklopädie der Medienlinguistik gearbeitet, die auf einem russischen Ansatz gründet. 2018 ist in Moskau *Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник*, herausgegeben von Liliya Duskaeva (Лилия Дускаева), erschienen. Russische Forscher\*innen haben eine Synthese, bezogen auf eine grammatische Charakteristik und kritische Analyse der Mediensprache, vorgenommen.

Sie haben sogar vorgeschlagen, solche Subdisziplinen wie Medienstilistik oder Mediendiskurslinguistik ins Leben zu rufen.

In Polen arbeitet dagegen eine Medienlinguist\*innen-Gruppe mit Forscher\*innen aus sechs Hochschulzentren zusammen: Beata Grochala, Anna Hanus, Aleksandra Kalisz, Danuta Kępa-Figura, Iwona Loewe, Agnieszka Mac, Oksana Małysa, Alina Naruszewicz-Duchlińska, Bogusław Skowronek, Ewa Szkudlarek-Śmiechowicz und Ewelina Tyc. Sie haben sich vorgenommen, eine Enzyklopädie zu erarbeiten, die eine Synthese polnischer Medienlinguistik darstellen soll. Diese Publikation soll auch eine Charakteristik der Medienlinguistik in den Nachbarländern: Weißrussland, Russland, Tschechien, der Slowakei und Deutschland beinhalten. Es ist deutlich sichtbar, dass die Anzahl von medienlinguistischen Arbeiten in den genannten Ländern enorm zunimmt. Deutlich werden auch lokale Differenzen bei den Forschungsinteressen der Linguist\*innen. Darüber hinaus bietet das polonistische Schrifttum viele Möglichkeiten, auf vorausgehende Forschungen Bezug zu nehmen. In der Enzyklopädie der Medienlinguistik wird nämlich nicht nur auf medienlinguistisch orientierte Monografien, sondern auch auf drei ihr vorausgehende Wörterbücher zurückgegriffen, die thematisch der Linguistik am nächsten stehen. Sie sind als eine Mischung aus Fragen der Presse- und Medienforschung sowie der Kommunikations-, Sozial- und IT-Wissenschaften entstanden.

Die Enzyklopädie wird einen Überblick über die polnische medienlinguistische Forschung geben. Begriffe werden den folgenden Bereichen zugeordnet: Forschungsobjekt, Forschungsgegenstand, Medium, Theorie und Methode. Interessant scheint dabei das Vorhaben zu sein, in der Enzyklopädie einzelne Charakteristika der russischen, weißrussischen, slowakischen, tschechischen und deutschen Medienlinguistik zu berücksichtigen. Somit wird der Leser/ die Leserin ein Wissenskompendium zur Medienlinguistik für einen weit gefassten geographischen Bereich in die Hand bekommen, das die medienlinguistische Landschaft zum Anfang der 20er Jahre des 21. Jahrhunderts näher bringt.

**H.-H.L.:** Mit der Interdisziplinarität hängen ebenfalls die anstehenden Aufgaben zusammen. Mediale Kommunikation ist nun einmal eingebunden in konkrete politisch-soziale Verhältnisse, sie hängt ab von institutionellen Vorgaben und kann nicht losgelöst von den gegebenen technisch-materiellen Bedingungen gesehen werden. Insofern wäre es zu kurz gegriffen, wenn man sich allein auf die Betrachtung sprachstruktureller Faktoren beschränken wollte. Die Berücksichtigung der verschiedenartigen Voraussetzungen ist integraler Bestandteil medienlinguistischer Untersuchungen und gleichzeitig Ursache und Ausdruck unterschiedlicher Prioritäten und Spezialisierungen. Als Beispiel sei die mehrjährige, von Hartmut Lenk initiierte Arbeit einer internationalen Projektgruppe zum

Thema „Persuasionsstile in Europa“ genannt: Ausgehend von einer journalistischen Textsorte, dem Pressekommentar, wurde versucht, nicht nur sprachliche Muster des Kommentierens allgemein zu ermitteln, sondern ebenso sprach- und kulturspezifische Ausprägungen sowie spezielle Verfahren persuasiver Adressatenorientierung zu analysieren. Je nach Schwerpunktsetzung und dem gewählten methodischen Zugang erwies sich die interdisziplinäre Kooperation (nicht nur der beteiligten Philologien) als nützlich und notwendig.

Eine Besonderheit der Medienlinguistik ergibt sich aus dem permanenten und raschen Wandel des Gegenstandes. Gerade die Entwicklungen in den letzten Jahrzehnten haben zu fundamentalen Veränderungen in der Medienkommunikation geführt. Es sind neue Kommunikationsformen entstanden (man denke nur an Online-Zeitungen oder an das Chatten, Mailen, Bloggen, Twittern), die gewohnte lineare Textlektüre wurde durch Informationsangebote mit Hypertextstruktur ergänzt, und ganz allgemein ist überhaupt ein massiver Wandel in der Textgestaltung festzuhalten: Das Verhältnis verbaler Komponenten zu anderen semiotischen Ressourcen hat sich massiv verschoben, vor allem der Einsatz visueller Mittel scheint unaufhaltsam. Texte werden zunehmend zu multikodalen (oder multimodalen) Gesamtprodukten, und der linguistische Alleinvertretungsanspruch rückt zwangsläufig etwas in den Hintergrund – eine Tendenz, die sich terminologisch auch in der Übernahme des Begriffs ‚Kommunikat‘ für multikodale „Texte“ widerspiegelt.

Die genannten Entwicklungen sind symptomatisch für tiefgreifende Veränderungen im Rezeptionsverhalten. Das Werben um Einschaltquoten und das Bemühen um den Erhalt der Leserschaft stimulieren gewissermaßen ständig Maßnahmen, die geeignet erscheinen, potentielle Rezeptionsbarrieren und Verständnisschwierigkeiten abzubauen. Für die Medienlinguistik ergibt sich hieraus ein breitgefächertes Arbeitsfeld: Was hat es mit kritischen Kennzeichnungen wie ‚Boulevardisierung‘, ‚Personalisierung‘, ‚Skandalisierung‘ oder ‚Popularisierung‘ real auf sich? Welche Verfahren der Informationspräsentation lassen sich beobachten? Wie steht es um das Leseverhalten bzw. um die Lektürebereitschaft generell? Welche Textmengen sind für eine Ganzlektüre noch zumutbar? Welche Folgen resultieren aus der Zunahme internetbasierter Informationsangebote? Wird auf diese Weise, wie gelegentlich behauptet, einer Fragmentierung der Öffentlichkeit Vorschub geleistet? In welchem Maße werden heutige Medien noch einer aufklärerischen Funktion gerecht? Wie sind Negativausdrücke wie *Lügen- oder Lückenpresse* einzuordnen? Gibt es Anhaltspunkte für eine „Vertrauenskrise der gegenwärtigen Massenmedien“, um eine Formulierung von Holger Böning aufzugreifen? Welche politischen Auswirkungen haben die beobachtbaren Entwicklungen zur Folge? Zur Beantwortung der einen oder anderen Frage wären Beiträge aus der Medienlinguistik mit Sicherheit von Nutzen, das vor allem

deshalb, weil durch die Rückbindung an sprachliche Befunde immer auch eine Stärkung der argumentativen Basis möglich ist.

**S.M.-V.:** In thematischer Hinsicht müssen natürlich die sich rasant entwickelnden Formen und Formate digitaler Medien empirisch und theoretisch erschlossen werden. Zum Beispiel sind Podcasts noch weitgehend unerforscht, ebenso die äußerst populäre Plattform TikTok. Besondere Herausforderungen sind dabei die Multimodalität der Medienkommunikation und der Einfluss von Algorithmen auf die Textproduktion und -distribution. Letzteres zeigt sich etwa in neuen Recherche- und Aufbereitungsmethoden im Bereich des sogenannten Datenjournalismus oder auch in der algorithmisch gesteuerten, und das Nutzungsverhalten direkt verarbeitenden Präsentation von Inhalten in den Sozialen Medien. Aber selbst bei analogen Texten sind in den Produktionsprozess eine Vielzahl digitaler und mithin algorithmisch gesteuerter Verarbeitungsschritte involviert. In methodischer Hinsicht müssen digitale Untersuchungsmethoden noch stärker etabliert werden, seien dies korpuslinguistische Zugänge oder Verfahren der digital gestützten Annotation auch multimodaler Daten. In einer eher wissenschaftsdisziplinären Perspektive sollte die Medienlinguistik stärker den Austausch mit anderen medienwissenschaftlichen Disziplinen wie etwa der Publizistik oder der Mediensoziologie suchen, auch wenn dort andere Fragen und Methoden im Fokus stehen. Insgesamt sollte die Medienlinguistik aber ihre Erklärungspotenziale viel besser ‚verkaufen‘ und sich nicht zuletzt in die öffentlichen Debatten um die Rolle digitaler Medien in Prozessen der gesellschaftlichen Polarisierung aktiv einbringen.

**M.Ś.:** Im letzten Satz der Monographie von Bogusław Skowronek finde ich eine Antwort auf diese Frage: „Mit Sicherheit kreieren die Massenmedien das menschliche Leben nicht, sie haben höchstens einen gewissen Einfluss darauf – die Aufgabe der Medienlinguistik ist daher die Analyse des Anteils und der Rolle der Sprache an der Gestaltung der Formen und am Umfang von diesem medialen Einfluss“. Einer so formulierten Aufgabenstellung ist besonders schwer nachzugehen, denn sie setzt die Untersuchung von Kommunikationsphänomenen und -formen voraus, die in der Relation zwischen zeitgenössischen Medien und Sprache entstehen. Wenn ich mich an die Präzisierung von Aufgaben der Medienlinguistik wage, scheint mir der Versuch einer Beschreibung des Medienkontextes und der Sender-Empfänger-Relation inklusive Sprechsituation auch dazuzugehören, und nicht nur von der Sprache in den Medien allein – wie man oft die linguistische Forschung situiert. Es wird wichtig sein, die Rolle der Untersuchungen hervorzuheben, die es uns ermöglichen „die Spuren“ eines Senders, seiner Intentionen, Perspektiven oder Kompetenzen zu entdecken. Den Gegenpol dazu bilden

dann die Untersuchungen zu dem Empfänger. Daher möchte ich beim Medientext auf eine gewisse Verschiebung der Betrachtungsperspektive auf seinen Kontext hin aufmerksam machen, wobei der Text jedoch stets der eigentliche Forschungsraum für Medienlinguisten bleibt, der Text – prozessual und dynamisch erfasst – im Hinblick auf textsortenorientierte und diskursive Regeln. Medien erzwingen gewissermaßen von den Forschern die Annahme einer breiteren soziokulturellen Perspektive, jedoch haben diverse medienlinguistische Analysen nachgewiesen, dass die Beschreibung von gewissen Fragmenten der medialen Realität die Einsicht in Medienkontexte sowie in die Rolle der situations- und kulturbildenden Faktoren ermöglicht und die Darstellung der Medien durch den Text zulässt.

Beachtenswert erscheint auch die Frage der für die Medienlinguistik wesentlichen Begriffe. Besonders relevant werden Versuche sein die Bedeutung von im wissenschaftlichen Umlauf existierenden Begriffen zu präzisieren; viele davon – wie z. B. der Begriff des Diskurses – gehen nicht nur auf die Traditionen der Linguistik und der Medienwissenschaft, sondern auch der Soziologie und der Kulturwissenschaft zurück. Die Beschreibung der Begriffe, um die sich unsere Forschungsarbeit rankt, scheint eine vordringliche Aufgabe zu sein, die den Vertretern der Disziplin noch bevorsteht.

Die zweite Aufgabe besteht in dem Versuch, kohärente Forschungsmethoden zu erarbeiten. Zu betonen sind hier ja die sich überschneidenden Forschungsperspektiven und -ansätze – ihre kohärente Beschreibung scheint eine Herausforderung zu sein. Die Beschreibung, die selbst offen bleibt, wird aber zugleich neue Auffassungen berücksichtigen, beispielsweise: Vielleicht sind zugleich die Rolle der Forschung im Bereich der Diskursrhetorik und Argumentation und somit auch literaturwissenschaftliche Inspirationen für die Textforschung relevant.

**M.W.:** Ich beginne mit der Feststellung, dass die Bestimmung theoretischer Rahmen für die relativ lange Tradition der linguistischen Medienforschung, die mit der Etablierung der Medienlinguistik als eigenständiger Teildisziplin ihren Höhepunkt fand, noch nicht abgeschlossen ist. Die Begeisterung und der Erkenntnisoptimismus wird von einem Skeptizismus begleitet, den Maciej Kawka zum Ausdruck bringt. Der Forscher stellt die Frage, ob es heute begründet ist, Medien oder sogar Sprache in Medien ausschließlich aus linguistischer Perspektive zu untersuchen.

Ohne den Enthusiasmus abkühlen zu wollen, versuche ich dennoch, einige Fragen zu formulieren, die mir nach der Lektüre der Schlüssel-Studien für diese Disziplin eingefallen sind. Sie werden die Entscheidungsfragen sein, und ich gebe ihnen die Funktion, ausgewählte Probleme zu signalisieren. Ist es zur Zeit möglich, die Erkenntnisgrenzen der Disziplin zu bestimmen? Wissen wir mit aller Sicherheit, was ihr Gegenstand ist? Wird der methodologische Hintergrund

keine Zweifel wecken (sogar ein so reichhaltiger Hintergrund, wie der, der sich aus linguistischen Arbeiten ergibt)? Verfügt die Medienlinguistik über einen begrifflichen Apparat, der ein festes Forschungsinstrumentarium darstellt, das aus einer angemessen genug näher definierten Menge von Grundbegriffen und einem ebenso gut entwickelten Inventar von Interpretationskonzepten besteht?

Ist es möglich, die (etablierten) Forschungsbereiche über die Mediensprache (Sprache in Medien) mit Forschungsschwerpunkten der Disziplin zu identifizieren? Inwiefern sollte die Gestalt der gegenwärtigen Medienlinguistik durch die Tradition der medienlinguistischen Forschung bestimmt werden? Welcher Themenbereich sollte forschungsanalytisch und -interpretatorisch als abgeschlossen betrachtet werden? Welche Fragen der Vergangenheit innerhalb der Linguistik bedürfen einer Veränderung (Reinterpretation)? Welche Forschungs Herausforderungen sollten als zeitgemäße Neuerungen angesehen werden?

Welche Forschungsart sollte man bevorzugen, die individuellen oder teamorientierten Untersuchungen? Auf welche Art und Weise können Forschungsprioritäten bestimmt werden?

Da man sich einig ist, dass die Medienlinguistik einen interdisziplinären bzw. transdisziplinären Charakter hat, ist danach zu fragen, welche Menge der verwandten und benachbarten Disziplinen es gibt? Kann man sie kartieren? Wie würde sich diese Art der „Kartografie“ auf die Muster auswirken, die die Beziehung zwischen den Medienwissenschaften darstellen?

Für die Medienlinguistik soll reiches Spektrum an Forschungsansätzen zusammengeführt werden, aber welcher Ansatz der linguistischen Teildisziplinen soll einen Ausgangspunkt darstellen? Mit anderen Worten: Welche Art der Linguistik und welche Art der Medienwissenschaft soll in den Erkenntnisrahmen der Medienlinguistik einbezogen werden?

Einige linguistische Teildisziplinen sind bereits in den Rahmen der Medienlinguistik einbezogen worden. Im von Bogusław Skowronek vorgeschlagene Paradigma hat eine entsprechend profilierte Semantik und Pragmatik hineingepasst. Dank Katarzyna Skowronek und Mariusz Rutkowski ist die Medienonomastik entstanden. Es besteht kein Zweifel daran, dass sowohl die Textwissenschaft als auch die Textsortenforschung eine feste Position in der Medienlinguistik haben. Auch die Diskurslinguistik nimmt einen hohen Stellenwert unter den Disziplinen ein, die die medienlinguistische Forschung (nicht nur in Polen) einrahmen.

Welche Art der Medienlinguistik schält sich aus der Herkunft heraus? Sie ist eine auf die Erforschung der zeitgenössischen Medien orientierte Disziplin und berücksichtigt dabei deren Dynamik, Vielfalt und die Entstehung der Medienkultur, deren Merkmale sie als Determinanten der Sprache in Medien betrachtet. Sie zeichnet sich durch eine deterministische Sichtweise aus – von den Merkmalen der Medienkultur bis hin zu den sprachlichen Komponenten

der *Medienbotschaften* (*Medienkommunikate*, *Medientexte* – hier gibt es keine begriffliche Homogenität). Sie berücksichtigt nicht nur die Medienschichtung, sondern auch die Forschungspräferenzen bestimmter Sprachwissenschaftler. Die Untersuchungen sind also separatistisch (natürlich nicht in vollem Umfang), individuell und personalisiert. Wenn ich vom Separatismus spreche, denke ich an die Bereiche der Zusammenarbeit mit Medienwissenschaftlern, und es ist nicht gemeint, dass kein Bezug auf ihre Werke genommen wird.

Aktuell bleibt die Frage danach, was über die Identität einer Disziplin entscheiden sollte. Soll sie ein Monolith sein oder kann sie in Segmente unterteilt werden, z. B. in theoretische, deskriptive, historische, kontrastive Medienlinguistik usw.? Die Keime der kontrastiven Medienlinguistik werden bereits durch Bezüge zur Forschungstradition im Rahmen der (germanistischen) Medienlinguistik und der (slawischen) Medienlinguistik deutlich. Historische Medienlinguistik sollte angemahnt werden. Es lässt sich zweifellos in ihren Rahmen die Tradition der linguistischen Forschungen über die Medien hineinpassen, aber das ist nicht alles. Die Sprachgeschichte, die derzeit in Polen eine methodologische Renaissance erlebt, könnte eine wertvolle Inspirationsquelle sein.

Der Medienlinguistik steht bevor, so scheint es, den allgemeinen Rahmen des Forschungsfeldes, die Mittel seines Konkretisierens, einschließlich der Klärung des Forschungsgegenstandes, insbesondere der Art und Weise und des Grades der Verwurzelung in den Basis-(Sub-)Disziplinen, festzulegen, auf den Ausgangspunkt und die Perspektiven der Analyse und Interpretation hinzuweisen, die Einstellungen der einzelnen Forscher zu definieren, die Entscheidungen über die Bezugsbereiche zur einheimischen Forschungstradition und die Aufgeschlossenheit gegenüber anderen Traditionen zu treffen.

### **Wie könnte man die Besonderheit der Kommunikation in den modernen Medien charakterisieren?**

**K.K.:** Unter den vielen typischen Merkmalen des zeitgenössischen Medientextes, die in Arbeiten erwähnt werden, möchte ich die Aufmerksamkeit auf drei lenken: Redundanz, *Mise en abyme* und Polyfunktionalität.

Redundanz ist ein Überangebot an Sendern und Botschaften und damit ein Übermaß an Worten, an anderen Tönen, Bildern und Fakten, an Meinungen sowie Ansichten, die sie vermitteln. Die Folge der Redundanz sind viele weitere wichtige Merkmale der Medienkommunikation. Für die Sender ist sie ein starker Fokus auf die Faktizität (die Hauptfunktion der Nachricht ist es, die Aufmerksamkeit des Empfängers zu erregen und aufrechtzuerhalten, wie z. B. Danuta Kępa-Figura in ihren Arbeiten zeigt) und auf Attraktivität (auf verschiedene Weise definiert und mehr oder weniger ambitioniert umgesetzt). Für die Empfänger

bedeutet die Redundanz eine Aufwertung der Fähigkeit zur kritischen Auswahl und Bewertung des Medienangebots.

Mise en abyme (Autothematismus) bedeutet, dass sich die Mediensender mit sich selbst beschäftigen, und zwar auf Dutzende von Arten die sich nicht auf das Offensichtliche beschränken wie Werbung oder Durchsagen. Die Vielzahl der medialen Formen der Selbstdarstellung (im eigenen Sender oder auf den Spalten) und der Werbung (außerhalb des eigenen Raumes) ist so alltäglich und selbstverständlich geworden, dass viele Rezipienten sie nicht bemerken (was für die Medien eine hervorragende Nachricht ist). Es gibt Medien, die sich nur den Medien widmen, Werbung ist da das Thema der Nachrichten. Nicht selten spricht man vom Phänomen der Metawerbung, d.h. von der Förderung von Werbekampagnen (z. B. durch Information über deren Anfang, Voraussetzungen etc.).

Das dritte Merkmal – Polyfunktionalität – bedeutet, dass die moderne Medienbotschaft implizit und naturgemäß viele Kommunikationsziele (Information, Bewertung, Unterhaltung) und andere, z. B. Marketingziele (Selbstdarstellung, Werbung), verfolgt. Es gibt viele Gründe für dieses Phänomen, die mit dem Sender (Marktbedingungen), dem Empfänger (Eile, Bereitschaft, Lust, so viel wie möglich in kurzer Zeit zu erwerben) und der Kommunikation zwischen ihnen (Fokus auf dem Aufbau von engen Beziehungen) zusammenhängen. Die Polyfunktionalität hängt stark mit dem Grad der Multimodalität zusammen – moderne digitale Medien ermöglichen die Kombination einer wachsenden Anzahl von Zielen.

**H.L.:** Ich bin oben bereits auf die verschwimmenden Grenzen zwischen massenmedialer und Gruppen- oder persönlicher Kommunikation im Internet und besonders in den Neuen Medien eingegangen.

Ein weiterer Punkt: Insgesamt scheint die Kommunikation (nicht nur) in den modernen Medien heute einen wesentlich stärkeren visuellen Charakter zu haben. Selbst in Tageszeitungen nehmen Fotos und grafische Darstellungen einen immer wichtigeren Stellenwert (und immer mehr Raum) ein. Die Texte selbst werden immer kürzer. Daran dürften auch SMS, Twitter, Instagram usw. mit der (ursprünglichen) Begrenzung der verfügbaren Zeichenzahl ihren Anteil haben.

Wenn man mit modernen Medien auch die sich neuer Verbreitungskanäle (im Internet) bedienenden traditionellen Medien meint, so kann man sicher feststellen, dass sich bei ihnen die Feedback-Möglichkeiten deutlich erweitert haben (wenn man die Kommentierungsmöglichkeiten auf Webseiten und Social Media-Auftritten der Zeitungen und Sender sowie in Internet-Foren mit den früheren Leserbriefen bzw. der Hörer- und Zuschauerpost vergleicht). Die Einseitigkeit der Massenkommunikation (im Sinne des unidirektionalen Kommunikationsflusses vom Sender zum Empfänger) wird dadurch zumindest teilweise aufgehoben.



Was den Kommunikationsmodus betrifft, so nimmt das Ausmaß des Sagbaren – auch, aber nicht nur durch die Anonymität, die das Internet bietet oder lange Zeit bot – deutlich zu. Nicht nur das Mobbing unter Heranwachsenden, auch offener Hass, politisch extremistische, eindeutig rassistische und volksverhetzende Äußerungen begegnen in der medialen Öffentlichkeit immer häufiger. Hier haben sich Veränderungen im gesellschaftlichen Handeln vollzogen, die bei einigen Zeitgenossen zu einer Ignoranz gegenüber Normen vernünftigen Zusammenlebens führten. Diese bedenkliche Entwicklung wurde durch die Neuen Medien beschleunigt und hat sich allgemein verbreitet.

**I.L.:** Eine so gestellte Frage ist zweistufig zu beantworten. Die erste Stufe bezieht sich auf die Ausführungen zu neuen Medien. Die zweite dagegen betrifft Neue Neue Medien. Auf dem ersten Niveau wären Fragen der Entwicklung von journalistischen Textsorten und der Entwicklung des Journalismus im Allgemeinen zu platzieren. Damit sind technische Änderungen gemeint, denen die Massenmedien im 20. Jahrhundert unterlagen. Sie wurden in den Bereich der digitalen Übermittlung redupliziert oder manchmal einfach in den Bereich der Parallelübertragung in digitalisierter und herkömmlicher, d. h. zugleich ursprünglicher Form von Massenmediencodes wie Papier, Ätherwellen oder audiovisuelle Ausstrahlung. In einem solchen Fall besteht die Spezifik in der Zugänglichkeit zu denselben Inhalten über verschiedene Zugangsmittel. Meiner Meinung nach haben die Medien ihre Empfänger\*innen sowohl in quantitativer als auch in zeitlicher Hinsicht gewonnen. Die Zunahme lässt sich darauf zurückführen, dass beispielsweise die Jugendlichen, die vorher keine gedruckte Presse gelesen haben, nun Zugang zu Online-Ausgaben bekamen und sich mit einer solchen Form befreundeten. In Polen werden jungen Menschen digitale Versionen von Zeitschriften wie „Fizki Polityki“ („(Notiz)Zettel der Politik“) oder Tagesnewsletters in der Tagespresse angeboten, die von neu orientierten Journalisten vorbereitet werden. Für ein kennzeichnendes Merkmal solcher Versionen halte ich die gekürzte Form von Inhalten, die den Originalausgaben entstammen. Sie sind als eine Art Inhaltsauszug zu bezeichnen. Das digitale Kodieren und der Zugang nur über Mobilgeräte sind zusätzliche Merkmale neuer Medieninhalte.

Ein größerer zeitlicher Umfang der neuen Medien lässt sich mit der Miniaturisierung von Geräten und mit ihrer Mobilität erklären, verbunden mit der Möglichkeit, stets und überall auf die Netzdaten zuzugreifen. Somit werden Medieninhalte in einem unbegrenzten zeitlichen Umfang von Menschen in Anspruch genommen.

Auf dem zweiten Niveau sind Erscheinungen wie gesellschaftsorientierter Journalismus, Kommunikationssymmetrie, Mischung von privaten und öffentlichen Diskursen, Eskapismus und Informationsblasen (*filter bubbles*) erwägungswert. Denn Neue Neue Medien bedeuten eine Änderung von Relationen zwischen

Sender und Empfänger der Medieninhalte. Die Senderrolle wird heutzutage auf Blogs, Videoblogs, sozialen Netzwerken online (SNS) allmählich von der Gesellschaft, den Einwohner\*innen von Städten und Ballungsgebieten sowie von Dorfbewohner\*innen übernommen, die eine solche Senderrolle nicht mehr nur in einem privaten Bereich, in der Privatsphäre, sondern auch im öffentlichen Raum anstreben. Ob das auch als medialer Raum zu bezeichnen ist, ist erstmal schwer zu entscheiden. Für solche Sender\*innen gehört ihre Rolle zum Alltag, wird zur Art und Weise, ihr Leben und die natürlichen Relationen zwischen Bildschirmen zu gestalten. Falls sie mal in einem medialen Diskurs auftreten, so passiert das nur, wenn ihre Fans und Anbeter\*innen sie zu Influencern machen. Damit es aber dazu kommt, ist eine Migration aus dem „Anbeter\*innenkreis“ in den Raum der neuen Medien unumgänglich. So ist meine Meinung.

Man kann sich hier auch noch einer anderen Beschreibung bedienen. Neue Medien können eine Person in eine Celebrity-Rolle versetzen und Neue Neue Medien sie die „Celewrity-Rolle“<sup>1</sup> übernehmen lassen. Fließende Grenzen zwischen den Rollen und Richtungen der Einflussnahme sind dabei sehr interessant. So sehe ich mit einer großen Forschungsdistanz die Spezifik der heutigen Medienkommunikation. Eine nähere Betrachtung würde dagegen bisher unbekannte Forschungsmöglichkeiten in diesem Bereich mit sich bringen.

**H.-H.L.:** Wenn man mit ‚modernen Medien‘ die Medien meint, die uns heute zur Verfügung stehen, dann ist es sicher problematisch, von übergreifenden Besonderheiten zu sprechen. Bezieht man sich jedoch auf Darbietungsformen der Presse oder des Fernsehens, könnte man vielleicht, überspitzt formuliert, drei Tendenzen ausmachen, und zwar a) in Richtung Vereinfachung, b) Verkürzung, c) Visualisierung.

Von Vereinfachung kann man insofern sprechen, als Sachverhaltsdarstellungen vielfach auf eine komplexe Syntax verzichten, einen verständniserschwerenden Wortschatz vermeiden, Fachausdrücke ersetzen oder erklären. Nicht weniger bedeutsam ist hier die Strategie der Personalisierung, also die Reduktion eines Sachverhalts auf das Erleben von Einzelpersonen, zumal dann, wenn sie mit Polarisierungen kombiniert werden. Verkürzungen betreffen zunächst die Beitragslänge, Stichwort „Häppchenjournalismus“. Längere Texte werden nur noch selten zugemutet; man geht, wenigstens in der Presse, zunehmend vom selektiven Leser aus. Berichterstattungen werden segmentiert und modular aufgeteilt, Stichwort „Clusterprinzip“. Die selektive Informationsentnahme findet eine konsequente Fortsetzung in der Hypertextstruktur von Online-Angeboten: Über Meldungsreißer und spezielle Links kann der Rezipient je nach Interesse und zur Verfügung

<sup>1</sup> Die Bezeichnung *Celewrity* hat wahrscheinlich Bezug auf das Wort *Web* – Anm. der Übersetzerin.

stehender Zeit ausgewählte Aspekte einer Thematik praktisch unbegrenzt vertiefen. Diese Möglichkeit mag man als gesteigerte Form der Adressatenorientierung betrachten und uneingeschränkt positiv finden. Andererseits ist aber Folgendes nicht zu übersehen: Die Verfolgung zahlloser Lesepfade und das grenzenlose Navigieren können leicht auch zum Orientierungsverlust in einem uferlosen Textuniversum führen; der Blick für den thematischen Zusammenhang geht aufgrund der fortgesetzten Vertiefung einzelner thematischer Reduktionsformen verloren, ein Effekt, den Ulrich Schmitz einmal als „kurzatmige Zerschnetzelung ehemals kontinuierlicher Zeitflüsse und narrativer Zusammenhänge“ bezeichnet hat. Als dritte Tendenz wurde der Hang zu verstärkter Visualisierung genannt. Unter dem Begriff ‚Boulevardisierung‘ hat man, bezogen auf Printmedien, u.a. auch die Zunahme bildlicher Anteile in der Berichterstattung betont und als Maßnahme der Rezeptionserleichterung (oder spezieller Adressatenorientierung) eingestuft. Hinsichtlich audiovisueller Medien, z. B. für Fernsehnachrichten, wurde verschiedentlich kritisch gefragt, ob es letztlich nicht die visuelle Darstellbarkeit sei, die eine Nachricht erst zu einer Nachricht mache. Diese Sicht mag übertrieben sein, aber niemand wird bestreiten, wie leicht sich aus den Möglichkeiten des Mediums ein Kriterium für die Auswahl und Gewichtung von Inhalten ergeben kann.

Natürlich ist mit diesen Anmerkungen die Frage nach den Besonderheiten moderner Medienkommunikation noch keineswegs beantwortet. Lohnenswert ist mit Sicherheit auch ein Blick auf Kommunikationsformen in den Sozialen Medien. Aber das wäre, ohne die Relevanz für die Medienlinguistik zu bestreiten, ein ganz anderer, sehr umfangreicher und nicht nur nebenbei zu beschreibender Gegenstandsbereich.

**S.M.-V.:** Es ist schwer, sich hier kurz zu fassen, aber ein wichtiger Aspekt neben der schon genannten algorithmischen Prägung und Multimodalität ist es vor allem die Interaktivität, die aktuelle digitale Medien auszeichnet. Zwar gab es schon immer Möglichkeiten für das Publikum, auf die Textproduktion Einfluss zu nehmen oder sich an ihr zu beteiligen, aber diese Möglichkeiten haben sich gleichsam potenziert und sind viel unmittelbarer geworden. Kommentarbereiche, Share- und Like-Buttons oder interaktive Visualisierungen sind Beispiele dafür, dass selbst redaktionelle Medien inzwischen nicht mehr nur Sammlungen unidirektional bereitgestellter Texte, sondern Interaktionsplattformen sind.

**M.Š.:** Wir haben es mit verschiedenen theoretischen Kommunikationsmodellen zu tun, die die Spezifik der Kommunikation in den Medien zu schildern versuchen, und in Bezug auf diese Frage denke ich, dass es angemessen ist, sich auf dasjenige Modell zu berufen, das das traditionelle Übertragungsmodell ersetzt hat, und zwar auf das Orchestermodell, das von Wissenschaftlern aus der

Palo Alto Gruppe entwickelt wurde. Die Metaphorik des Orchesters zeigt die Differenzierung von Senderstimmen und die Spezifik der Multikodalität und der Multimodalität. Hier kann man auf die Differenzierung der Sprachvarietäten hinweisen, einen Stiltiegel, wie es Stanisław Gajda einst genannt hat, sowie die Vielfalt der Gesichtspunkte und Senderperspektiven. Die Orchesterperspektive weist auch auf die variierende Empfängerperzeption, die Bruchstückhaftigkeit des Empfangs und eine komplizierte Rezeption hin.

Eine weitere, aber im Forschungsbereich auch besonders trüchtige Metapher, ist die theatralische Metapher von Erving Goffman, weil die durch diese Konzeption geschilderte Konstellation von drei Sphären des Spektakels, Bühne-Publikum-Kulisse, heutzutage in den Medien sehr oft überschritten wird. Was hinter die Kulisse gehört und was das Publikum treibt, landet heutzutage oft auf der medialen Bühne. Die modernen Medien versetzen uns nämlich in eine komplexere und vielschichtigere Sprechsituation Sender-Empfänger-Relation inklusive Sprechsituation. Zbigniew Bauer hat in diesem Kontext auf das Vorhandensein eines *faktographischen Paktes* hingewiesen. Heutzutage scheint vor allem der *Pakt der Teilnahme* von Danuta Keпа-Figura von Bedeutung zu sein, der von der Mitgegenwart des Senders und des Empfängers in den Medien, von der Miterstellung der Übermittlung ausgeht. Es ist von Bedeutung, da in den modernen Medien eine deutliche Interaktivität der modernen Kommunikation sowie die Präsenz und die große Rolle des Empfängers zu beobachten sind. Diese Interaktivität äußert sich dabei nicht nur in der Weitergabe von Interna über die schöpferische Arbeit an den Medien und für die Medien, sondern auch in der Überschreitung dessen, was privat und was öffentlich ist.

Die Kommunikation in den modernen Medien ist breit gefächert, weil jedes Medium seine eigenen Diskurse sowie Gattungen bildet und mittels eigener Codes kommuniziert. Es verwendet eine eigene Logik der Erstellung von Übermittlungen. Gleichzeitig darf man die Konvergenzprozesse nicht vergessen, die eine Verbindung und Diffusion nicht nur von Technologien darstellen, sondern auch von Inhalten, Gattungen, Kommunikationsschemen und – worauf Henry Jenkins aufmerksam machte – Empfängergemeinschaften. Zu erwähnen sind auch die ideologischen und axiologischen Diskurse sowie auch die von den Medien kreierte Weltbilder, die oft über das Identitätsgefühl der medialen Gesellschaften entscheiden. Um wieder zu der Sender-Empfänger-Situation zurückzukommen – mediale Mitteilungen werden sehr unterschiedlich gesendet und empfangen, nicht nur, weil wir verschiedene Weltvorstellungen und Wertssysteme repräsentieren, sondern auch über verschiedene Medienkompetenzen verfügen. Wir unterscheiden uns auch in dem Wissen über Textgattungen und im Verstehen der Medien.

**M.W.:** Die Quelle dieser Medien ist das Internet, das die vorherigen Medien absorbiert und gleichzeitig ihr Angebot bereichert und diversifiziert hat (vgl. A. Naruszewicz-Duchlińska). Sender- und Empfängerbeziehungen sowie Art und Weise der Mediennutzung haben sich verändert, und auf der Seite des Senders und des Rezipienten hat sich eine Differenziation herausgebildet. Eine Konvergenz der Medien und eine Informationsüberproduktion erfolgte. Die aktive Medienverwendung ist zur Ursache der kommunikativen Verarmung geworden, aber sie bereichert sie auch, indem sie neue Codes schafft, die in verschiedenen Kulturschichten wurzeln, semiotisch kompliziert und gleichzeitig leicht zu verstehen sind. Die neuen Medien bedeuten auch Freiheit in der Zielsetzung und ein vollständiges und uneingeschränktes Spektrum der Intentionen – von den informativen (ziemlich oft unethisch) bis zu expressiven (blamierende, ausschließende, anprangernde) Intentionen. Reichhaltig und von der sozialen Schichtung abweichend ist die Palette der kommunikativen Rollen (Administrator, Guru, Wächter, Spaßvogel, gewöhnlicher Benutzer, Lamer, Troll, Hasser, Spammer) – nach A. Naruszewicz-Duchlińska. Eine besondere Formel haben Texte als kompositorische Einheiten. Die Visualisierung ist relevant und auch die Sorge um eine (sprachliche) Gestalt der Rahmenteile des Kommunikats (insbesondere der Überschriften). Wir sollten auch neue Textsorten berücksichtigen, die das Internet ins Leben gerufen hat, indem es gleichzeitig die Forschungsbereiche der (Medien-)Textsortenforschung erweitert, sowie die Textsorten, deren Lebenskontext durch das Internet verändert wurde, indem es sie zu komplexen, multimodalen und hypertextuellen Kommunikaten machte.

Zum Schluss füge ich hinzu, dass sich der Begriff *der neuen Medien* selbst in der Fachliteratur nicht scharf abzeichnet.

### **Inwiefern ist es der Medienlinguistik gelungen, Methoden der multimodalen Textanalyse auszuarbeiten?**

**K.K.:** In geringem, aber stetig und spürbar zunehmendem Umfang. Polnische Medienlinguisten nehmen häufiger als früher Beziehungen, Zusammenhänge zwischen verschiedenen Schichten und Codes von Mediennachrichten wahr und untersuchen sie, darüber hinaus konstruieren und testen sie Analysewerkzeuge – als jüngste Beispiele dafür können die Bücher von: Iwone Loewe (Schlesische Universität, Kattowitz), *Dyskurs telewizyjny w świetle lingwistyki mediów* (Fernsehdiskurs im Lichte der Medienlinguistik) (Katowice 2018) oder Ewelina Tyc (ebenfalls Schlesische Universität, Kattowitz) *Kawa czy herbata? Pierwszy telewizyjny program śniadaniowy. Komunikat polimodalny z perspektywy lingwistyki dyskursu* (Kaffee oder Tee? Das erste TV-Frühstücksprogramm. Eine polymodale Nachricht aus der Perspektive der Diskurslinguistik) (Katowice 2018) genannt

werden. Es scheint, dass sich das Fernsehen als ein attraktiveres Forschungsfeld als das Internet erweist, vielleicht aufgrund seiner längeren Geschichte. Gleichzeitig werden immer wieder Arbeiten verfasst, die sich auf die verbale Ebene von typischerweise multimodalen Online- Botschaften konzentrieren: Katarzyna Maciejaks Buch „YouTube in der Bildung. Broadcasting-Strategien für Videoblogger“ (Krakau 2018) oder auf Filmbotschaften [Bogusław Skowroneks Veröffentlichung *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne*. Kraków 2020 (Sprache im Film. Ein medienlinguistischer Ansatz)] Sie sind auch, trotz ihrer Fokussierung auf das Wort, als ein gewisser Beitrag zur Erforschung von multimedialen Nachrichten anzusehen.

**H.L.:** Die Betrachtung von Bild-Text-Zusammenhängen hat vor allem in der Literaturwissenschaft eine längere Tradition. Sie wurden durch Forscher\*innen wie Gunther Kress und Theo van Leeuwen oder Eja Ventola, um nur einige auf Englisch Publizierende zu nennen, sowie in der deutschsprachigen Forschung durch Ulrich Schmitz, Hartmut Stöckl und andere in die Linguistik eingebracht. Erste Bemühungen, beispielsweise TV-Sendungen in der Linguistik multimodal zu analysieren, reichen bereits in die 1980er Jahre zurück. In den 1990er Jahren haben sich einige Linguisten diesem Forschungsbereich verschrieben (u. a. Werner Holly und Michael Klemm), aus den letzten Jahren ist auf die gewichtigen Arbeiten von Martin Luginbühl und Agnieszka Mac zu verweisen. Sie benutzen bereits ein Methodeninstrumentarium, das für weitere Untersuchungen auf diesem Gebiet eine gute Grundlage bildet. Um mit der medialen Entwicklung Schritt zu halten, müssen natürlich auch die Beschreibungsmethoden stets weiterentwickelt und angepasst werden.

**I.L.:** Das Verdienst dafür gebührt zum großen Teil der germanistischen Linguistik und deren Adaptation in Polen durch eine hervorragende Vermittlung durch Zentren in Rzeszów und Warschau. Ich meine hier die Abteilung für Medienlinguistik an der Universität Rzeszów, hervorragend vertreten durch Agnieszka Mac und Anna Hanus, sowie das Institut für Germanistik an der Warschauer Universität, an dem Waldemar Czachur tätig ist und Kinga Zielińska tätig war. Es ist erwähnenswert, dass im südlichen Teil Polens, in Katowice, Kraków und Wrocław (Kattowitz, Krakau und Breslau), Forschungszentren bestehen, in denen multimodale Textanalyse und medienlinguistische Forschungen betrieben werden. So befassen sich Bogusław Skowronek und Michał Post mit dem Kinofilm, Ewelina Tyc dagegen und ich selbst widmen uns der Analyse von Fernsehtexten, die keinen Spielfilmen entstammen.

Hervorzuheben sind in diesem Kontext Maßnahmen zur Übersetzung von germanistischen Beiträgen zur Multimodalität ins Polnische. Eine Einführung in

die Fragen der Zusammenhänge zwischen Wort und Bild, vermittelt im Text von Ulrich Schmitz, sowie der Vorschlag von Michael Klemm und Hartmut Stöckl, eine Bildlinguistik zu konstituieren, stellen eine sehr wertvolle Erweiterung von polonistischen Beiträgen dar. Forschungsfragen der Bildlinguistik lassen sich in den Ausführungen von Tomasz Piekot in der Veröffentlichung *Dyskurs polskich wiadomości prasowych* (dt. *Diskurs polnischer Pressenachrichten*) erkennen. In dieser Monografie werden vom Autor multimodale philologische Analysen durchgeführt: zur Synergie von gedruckter Rede und statischem Bild. In einer Studie von Werner Holly, die die Synergie von gesprochenem, geschriebenem Code und dynamischem Bild in Nachrichtenfilmen thematisiert, sehe ich dagegen eine Parallele zu Katarzyna Sitkowska und ihrer Monografie *Słowo w komunikacji telewizyjnej. Strategie nadawczo-odbiorcze* (dt. *Das Wort in der Fernsehkommunikation. Sender- und Empfängerstrategien*).

Ich gehe davon aus, dass wir schon Vieles hinter uns gebracht haben und nun die Nachwuchswissenschaftler\*innen nach zumindest drei ausgearbeiteten Konzepten greifen können. Allerdings ist die Stabilität des Forschungsinstrumentariums für die Analyse oder vielmehr für die Synthese nicht immer zufriedenstellend. Was lässt sich also damit machen?

Für relevant halte ich die Notwendigkeit, über die Intention des multimodalen Kommunikats nachzudenken. In der Linguistik sind Methoden zur Textintentionserarbeitung erarbeitet worden, die im Rahmen von linguistischen, darunter stilistischen Analysen, also mit Bezug auf den verbalen Code entstanden sind. Es ist davon auszugehen, dass weitere Codes des Kommunikats, diesmal des multimodalen, auch eine Intention mit sich führen. An Bedeutung gewinnen somit Fragen danach, wie solche Codes die Gesamtintention unterstützen, wie sich die Codehierarchie in einem multimodalen Kommunikat während der Intentionenkodierung gestaltet. Damit hängt eine weitere Frage zusammen, die sich auf die Notwendigkeit bezieht, eine Unterteilung in zielbewusst vom Sender multimodal gestaltete Kommunikate und solche, bei denen der Sender keine Entscheidungsmöglichkeit bezüglich eines Einsatzes weiterer Codes hatte, vorzunehmen. Es sind hier Kommunikate mit hierarchisch in der Rolle als Autor\*innen des Kommunikats auftretenden Sender\*innen (Journalist\*innen, Herausgeber\*innen) gemeint. Ich möchte es noch einmal hervorheben: Die Intentionalität des multimodalen Kommunikats als Forschungsgegenstand stellt den grundlegenden Ausgangspunkt für das medienlinguistische Vorgehen dar.

Falls solche Überlegungen in der linguistischen Forschung fehlen, werden wir gegenstandslos arbeiten. Wie bekannt, verläuft ja die Kommunikation üblicherweise multikodal. Es kann ja passieren, dass Mimik, Gestik, Körperhaltung, Bild- sowie Tonhintergrund, Raumparameter (spatiale Parameter) und chronische Parameter nicht auf den Willen des Senders oder des Empfängers von

Kommunikaten zurückzuführen sind. Ich bin davon überzeugt, dass eine solche Spezifizierung von Kommunikaten bei multimodalen Synthesen von hoher Relevanz ist.

**H.-H.L.:** Verbale Kommunikation vollzieht sich generell im Zusammenspiel mit anderen Kodes. Diese Erkenntnis ist keineswegs neu. Schon in dem 1897 erschienenen *Essai de sémantique* von Michel Bréal werden Intonation, Mimik und Gestik als konstitutiv für die Bedeutungszuschreibung genannt. Und auch in der Gesprächslinguistik gehört die Einbeziehung zusätzlicher Zeichensysteme zu den selbstverständlichen Arbeitsvoraussetzungen. Wie wollte man sonst die Interaktivität interpersonaler direkter Kommunikation erfassen?

Aus dieser Perspektive ist es also nur konsequent, wenn die Medienlinguistik sich nicht allein auf die Beschreibung der sprachlichen Komponente beschränkt, sondern ebenso die semiotische Komplexität von Sprache-Bild-Beiträgen oder Sprache-Ton / Musik-Kommunikaten in den Blick nimmt. Letztlich handelt es sich um eine Anpassung an die Medienrealität. Es fehlt nicht an Vorschlägen zur Umsetzung dieser Forderung. Speziell für das Zusammenwirken von Bild und Text wurden Interpretationskonzepte entworfen, die sich programmatisch unter Schlagwörtern wie ‚Bildpragmatik‘ (Klemm), ‚Bildakte‘ (Schmitz), ‚Bildhandlungen‘ (Opilowski) oder ‚Grammatikalisierung von Modalitäten‘ (Stöckl) zusammenfassen lassen. Auch von ‚Bildlinguistik‘ ist gelegentlich die Rede. Allerdings sollten solche Bezeichnungen nicht dazu verleiten, von einer direkten und vollständigen Übertragbarkeit sprachwissenschaftlicher Methoden auszugehen. Jedenfalls dürfte für Untersuchungen zur Kombination von Sprache mit statischen und bewegten Bildern sowie anderen Kodes künftig noch ein erheblicher Forschungsbedarf bestehen. Handlungstheoretisch motivierte Zugänge sind ohne Frage vielversprechend, sie bedürfen aber noch weiterer empirischer Absicherung.

**S.M.-V.:** Neben der Gesprächsforschung mit ihren wichtigen Arbeiten zu Gestik und Mimik ist es doch vor allem die Medienlinguistik, die Methoden der multimodalen Analyse erarbeitet und erprobt hat. Das betrifft Analysen von Text-Bild-Beziehungen, aber auch im Bereich digitaler Medien die begrifflichen Instrumentarien, um Diskursfragmente holistisch zu erfassen. Anders gesagt: Sobald wir die Medialität von Sprache und Sprachgebrauch in den Fokus rücken, stehen wir schon mit einem Bein in der multimodalen Analyse, weil hier die Konzentration auf das rein Sprachliche wesentliche Aspekte aus den Augen verlieren würde. Und denken wir mal an Formate wie YouTube-Videos, die auf dem Screen zusammen mit den Begleittexten (Videotitel und -beschreibung), den vorgeschlagenen ähnlichen Videos und schließlich den Kommentaren einen äußerst komplexen multimodalen Text- und Zeichenverbund bilden. Das kann man ohne multimodale Analysemethoden kaum sinnvoll erfassen.



**M.Š.:** Die Analyse von multimodalen Texten bildet eine ernsthafte Herausforderung für die Medienforscher. Gleichzeitig stellen sie ein medienlinguistisches Forschungsobjekt dar, nämlich die mediale Übermittlung, die gleichzeitig multimedial, polysemiotisch und multimodal ist, was die Sprachwissenschaftler dazu zwingt, ihre Forschungsperspektive zu wechseln. Dieses Facettenreichtum lässt uns die linguistischen Forschungsmethoden immer wieder modifizieren und neu definieren. Die sprachwissenschaftliche Perspektive, die die Sprache im Zentrum ihrer wissenschaftlichen Analysen platziert, muss auch die Wechselbeziehung zwischen dem Verbalen und dem Visuellen im Text wahrnehmen. Die Multimodalität ändert die modernen medialen Diskurse. Selbst die Beschreibung von der Wechselbeziehung der Codes ist außerordentlich schwierig, jedoch versuchen die Linguisten sich damit zu konfrontieren, auch im Kontext der Fernsehübertragung. An dieser Stelle verweise ich auf Analysen von Agnieszka Mac, Anna Hanus sowie Beata Grochala-Woźniak. Es scheint mir, dass man mit einfachen Fallstudien anfangen soll, um die verschiedenen Methoden der medienlinguistischen Forschung zu überprüfen und zu testen. Sie bringen uns vielleicht den komplizierteren Forschungsmethoden näher.

Das Wichtigste – das moderne multimodale Kommunikat ändert deutlich die Sender- und Empfängerperspektive, weil die vollständige Übermittlung durch mehrere semiotische Codes parallel realisiert wird, was sowohl die Komplexität dieses Kommunikats als auch die komplexe „Architektur“ von deren Rezeption veranschaulicht. Darauf weist Joanna Maćkiewicz deutlich hin, indem sie betont, dass der Empfang solcher Mitteilungen oft nichtlinear und zugleich chaotisch ist, weil er im Rahmen verschiedener Interaktionen innerhalb einer Mitteilung, aber auch zwischen dem Empfänger und der Mitteilung, zwischen dem Empfänger und dem Kontext erfolgt. Die Perspektive der Rezeptionsforschung bei solchen Mitteilungen ist sehr komplex und man kann hier auch mit sehr einfachen Forschungsexperimenten anfangen. Ich habe ein solches Experiment vorgeschlagen, indem ich die Pressereportage untersuchte, weil der Pressediskurs im Kontext der Architektonik der Multimedialität am einfachsten zu sein scheint.

Zusammenfassend – was die Analyse der multimodalen Übermittlungen anbetrifft, befinden wir uns am Anfang unseres Weges und somit kann von der Herausarbeitung von kohärenten Forschungsmethoden der Multimodalität in den Medien noch nicht die Rede sein.

**M.W.:** Da ich keine eigenen Erfahrungen in diesem Bereich habe, fällt es mir schwer, mich kompetent und verantwortungsbewusst zu äußern. Diese Methoden deuten sich erst an, obwohl schon viel getan wurde. Die Sprachwissenschaftler geben der Frage der Multimodalität einen hohen Stellenwert, und es gibt viele sich für diese Problematik interessierende Forscher, so dass ich in der nächsten

Zeit erhebliche Forschungsfortschritte erwarte. Im Bereich der Linguistik (sogar sie steht aufgeschlossen dem Äußeren und, den Kontexten der Äußerungen gegenüber) ist es schwierig, ein geeignetes Instrumentarium zu finden, sowohl die Begriffe als auch die Beschreibungen der Phänomene, die als Makrozeichen fungieren, sind semiotisch komplex. Vielversprechend sind die germanistischen Studien und selbst der Begriff der *Textgestaltung*. Vielversprechend ist auch der (vielleicht noch unzureichend definierte) Begriff *Medientext*. Es ist jedoch zu bedenken, dass die Multimodalität nicht nur die Medienkommunikate betrifft, so dass der Medienlinguistik die Zusammenarbeit mit Forschern anderer Diskurse (Kulturräume) bevorsteht.

### **Bedeutet die Kommunikation in den Medien einen Untergang der Textsorten?**

**K.K.:** Meiner Meinung nach ist das nicht der Fall. Die Textsorte ist eine der grundlegenden Kategorien, die es dem Menschen ermöglichen, die Welt zu organisieren und zu kommunizieren – und wird als solche notwendig und nützlich bleiben. Das ändert nichts an der Tatsache, dass sich die Textsorten in den Medien ständig weiterentwickeln: sowohl ihr gesamtes Repertoire als auch ihre einzelnen Muster. Einerseits haben wir es mit der Verwischung und Verschmelzung traditioneller Muster zu tun (die besten Beispiele dafür sind die „klassischen“ Informationstextsorten, die bereitwillig journalistische und unterhaltende Elemente übernommen haben), andererseits mit der Entstehung, Ausformung und Stabilisierung neuer Muster (z. B. Computerspiel-Rezensionen und andere Textsorten, die den Mediendiskurs der elektronischen Unterhaltung ausmachen). Die Zugehörigkeit von einzelnen Textrealisierungen zu einer bestimmten Textsorte ist graduell, was das Modell des Textsortenfeldes von Maria Wojtak treffend erfasst (neben dem kanonischen Muster werden auch alternierende und adaptive Muster unterschieden). Die bereits erwähnte Iwona Loewe nennt in ihrem Buch über den Diskurs im Fernsehen nur eine einzige Textsorte, die entfallen ist (die interaktive Serie), und verweist auf viele, die es seit den Anfängen des Mediums gegeben hat und viele, die sich im Laufe seiner Entwicklung herausgebildet haben.

Der Eindruck, dass einzelne Textsorten entfallen, kann unter anderem mit ihrer zunehmenden Polyfunktionalität und/oder geringeren sprachlichen Klarheit und Ausdruckskraft zusammenhängen. Es ist wichtig, sich bewusst zu machen, dass heutzutage der sprachliche Aspekt nicht immer grundlegend und am repräsentativsten für die Medientextsorten ist; die Unfähigkeit, die sprachlichen Merkmale einer Nachricht genau zu benennen (z. B. einen bestimmten funktionalen Stil zu benennen), bedeutet nicht unbedingt, dass es dem Text an Textsortenidentität mangelt.

**H.L.:** Nein, aber der kommunikative Haushalt mit seinen Textsorten-Netzwerken ist, auch durch die mediale Entwicklung bedingt, ständig in Bewegung. Entscheidend ist bei der Beantwortung dieser Frage natürlich, was man unter Textsorten und unter Texten versteht. Wenn man einen weiten Textbegriff (wie er sich in der Textlinguistik im Wesentlichen durchgesetzt hat) zugrunde legt, dann sind nicht nur schriftliche, sondern auch mündliche und multimodale Kommunikate mit erfasst. Es macht also durchaus Sinn, selbst bei TV-Nachrichten von Textsorten zu sprechen. Andere bevorzugen vielleicht Begriffe wie Präsentationsformen, Darstellungsweisen, Genres usw.; das ist aber ein rein terminologisches, kein begriffliches Problem. – Aber selbst, wenn man Textsorten nur auf schriftliche Kommunikation einengt: Ich glaube nicht daran, dass schriftbasierte Kommunikation aus unserem Alltag verschwinden wird. Denn die Rezeption schriftlicher Texte ist in wesentlich größerer Geschwindigkeit möglich als das Abhören von deren auditiver Präsentation, und auch die Memorisierung über den visuellen Kanal gelingt vielen Menschen leichter und mit größerem Erfolg. Das Lesen wird als Kulturtechnik fortbestehen. Vielleicht wird die Umwandlung von Gesprochenem in Text durch Apparate so perfektioniert, dass viele von uns sich in mittlerer Zukunft die Mühe des Schreibens mit der Hand oder auch der Tastatur ersparen. Aber der schriftkonstituierte Text wird Bestand haben, und damit wird es auch weiterhin (schriftliche) Textsorten geben.

**I.L.:** Meiner Meinung nach ist die Bezeichnung „Textsortenuntergang“ ein toller Vorschlag für den Titel einer wissenschaftlichen Publikation. So wurde sie auch von Maria Gołaszewska in ihrer Veröffentlichung *Czy zmierzch estetyki... (Ob der Untergang der Ästhetik...)* vor vielen Jahren in Anspruch genommen. Solche Begriffe, die grundsätzlich im Zentrum des wissenschaftlichen Interesses stehen wie Ästhetik, Wahrheit, Moral, Wert und für viele dann auch die Textsorte, gehören aber zu den Grundlagen der Wissenschaft. Die geisteswissenschaftliche Forschung gründet darauf in ihren Beschreibungen, Erwägungen und Synthesen. Und wenn sie schon grundlegend sind, dürfen sie sicher keiner Revolution unterliegen, ihre Essenz ist eher eine Evolution, und noch weniger dürfen sie untergehen. Darin liegt ja der Sinn von Grundlagen. Wir haben eben Bachtin vor etwa sechs Jahrzehnten darin zugestimmt, dass die Logosphäre gerade durch Textsorten geordnet wird.

Wollen wir nun wieder auf die Bezeichnung „Textsortenuntergang“ selbst zurückkommen. Meiner Ansicht nach kann dieser Bezeichnung von vielen zugestimmt werden, wenn die Spezifik des Prozesses berücksichtigt wird, der die Evolution im Textsortenrepertoire des öffentlichen und insbesondere des medialen Diskurses begleitet. Ich beziehe diese Ausführungen jetzt nur auf die Gruppe von Philolog\*innen, von denen die Mediosphäre der wissenschaftlichen Beobachtung

unterzogen wird. Es scheint nämlich, dass eine steigende Popularität dieser Bezeichnung enormen Wissensbeständen heutiger Linguist\*innen über literarische sowie außerliterarische Leistungen vorhergehender Epochen zu verdanken ist. Es sind die Philolog\*innen – Linguist\*innen und Literaturwissenschaftler\*innen –, die eine textsortenbasierte, pragmatische, stilistische, linguistisch-wertorientierte und weltanschauungsbezogene Erforschung des Schrifttums von vergangenen Epochen unternommen haben.

Ein gegenwärtiger Forscher/ Eine gegenwärtige Forscherin hat daher Zugang zu einem enormen Archiv von Ausführungen zu einem Schrifttum mit autotelischer und persuasiver Funktion. Von vielen begabten Linguist\*innen wurden Synthesen im Bereich der journalistischen Textproduktion durchgeführt. Bei der Lektüre solcher Studien hat man das Gefühl, dass die Werke der Vergangenheit nach Regeln entstanden sind, die dem/ der Journalist\*in und dem/ der Leser\*in vertraut sind. Ich glaube, es ist nur der Eindruck, den wir als talentierte Nachfolger\*innen haben. Die früheren Leser\*innen waren verpflichtet, Formen zu erlernen, um Funktionen von journalistischen Texten erkennen zu können, Ausdrucksmittel in solchen Texten zu akzeptieren sowie sich mit Individualstilen von einzelnen Feuilletonisten vertraut zu machen. Soweit sie natürlich zu aktiven Empfänger\*innen des journalistischen Schrifttums werden wollten. Und sie wollten es werden, wie es den vergangenen Jahrhunderten zu entnehmen ist. In einem gleichen Maße lesen auch wir gegenwärtig, begleitet durch das Interesse an neuen Formen, Ausdrucksmitteln, Werten, Themen sowie Relationen zwischen Sender und Empfänger, die in neuen experimentellen Formen enthalten sind. Diese sind aber nur heute als experimentell zu bezeichnen. In ein paar Jahren, in einem Jahrhundert, wenn die Ereignisse der Mediensphäre schon von unseren Nachfolger\*innen erkannt, geordnet und beschrieben worden sind, wird auch unsere Zeit einfach als eine weitere Epoche in der Reihenfolge des Nacheinanderauftretens gelten.

**H.-H.L.:** Modifikationen, Verschiebungen und Innovationen hat es immer gegeben und wird es auch in Zukunft geben. Einen „Untergang der Textsorten“ braucht man aber wohl kaum zu befürchten. Im letzten Roman Theodor Fontanes, dem *Stechlin*, wird u.a. davon gesprochen, mit dem Aufkommen von Telegrammen würden gleichzeitig alle Formen sprachlicher Höflichkeit verschwinden. Als Kommunikationsform mehr oder weniger verschwunden ist das Telegramm, die Höflichkeitsformen haben, wenn auch abgewandelt, überlebt. Als Anfang der 1990er Jahre die SMS für Kurzmitteilungen üblich wurden, dachten ebenfalls viele, dies würde die etablierten Verfahren der Nachrichtenübermittlung, ja sogar die Sprachkompetenz allgemein aus den Angeln heben. Die Auswirkungen hielten sich jedoch absolut in Grenzen.

Das heißt nun nicht, Textsorten wären wandelresistente Felsen in der Brandung stürmischer Medienentwicklungen. Die sprachliche Gestaltung von Boulevardzeitungen hat hinreichend dokumentiert, wie flexibel sich informations- und meinungsbetonte Textsorten veränderten Bedingungen der Massenkommunikation anpassen lassen und wie neue Mischformen oder Hybridbildungen entstehen. Die Karten werden ständig neu gemischt. In dem Maße, wie z. B. für Presseorgane Abonnenten- bzw. Käuferzahlen zurückgehen und Werbeeinnahmen wegbrechen, sind neue Ideen gefragt, was nicht ohne Konsequenzen für die Realisierung von Textsorten, ihre Frequenz und ihren Stellenwert bleibt. Nicht zu unterschätzen sind auch Funktionsverschiebungen zwischen den Medien selbst: Online-Medien erhalten ein größeres Gewicht, wenn es um die Übermittlung aktueller Informationen geht, für Printmedien dürfte die Aufgabe der Sachverhaltseinordnung und -bewertung sowie der Analyse von Hintergründen und Zusammenhängen stärker in den Vordergrund rücken. Der Konkurrenzdruck und das Bemühen, Einschaltquoten zu sichern oder neue Lesergruppen zu erschließen, hat nicht zuletzt auch Folgen für den Faktor ‚Unterhaltsamkeit‘: Je nach antizipierter Rezipientenerwartung kommen umgangs- oder nächstsprachliche Elemente, bildhafte Ausdrücke, wertendes oder emotionalisierendes Vokabular, sprachspielerische Momente, Humor oder Sarkasmus zum Einsatz – mit den entsprechenden Auswirkungen auf die Ausgestaltung und die Auswahl der jeweiligen Kommunikate. Die Beobachtung und Beschreibung solcher Tendenzen stellt nach wie vor eine interessante Aufgabe der Medienlinguistik dar.

**S.M.-V.:** Definitiv nein. Natürlich gibt es Textsorten, die im Zuge medialer Innovationen verschwinden (Geburtsanzeigen in Zeitungen etwa werden kaum noch gedruckt), aber dafür kommen stets neue dazu.

**M.Š.:** Es scheint mir, dass wir die Begriffe wie Untergang, Tod, Vernichtung vieler humanistischen Kategorien und Begriffe allzu voreilig verwenden. Mit solcher Betrachtung von Textsorten bin ich überhaupt nicht einverstanden. Hier berufe ich mich auf den für die Textsortenforschung grundlegenden Gedanken von Bachtin, auf den sich auch meine Herangehensweise an Textsorten stützt – es gibt gar keine Äußerungen ohne Textsortenprägung. Als ich Texte analysiert habe, die den grundlegenden textsortendeterminierenden Faktoren widersprachen, indem ich die Formel der Negierung von Textsortengeprägtheit (die Anti-Textsortengeprägtheit) hervorgehoben hatte, habe ich deutlich auf die Musterhaftigkeit von Textsorten hingewiesen. Und diese Autorenprovokation war in einem gewissen abstrakten Modell, das heißt in der Textsorte, verankert. Der neu eingeführte Begriff der Anti-Textsortengeprägtheit ließ untypische Textsortenvorkommen benennen anstatt auf das Nichtvorliegen einer entsprechenden Gattung hinzuweisen.

Ich bin davon überzeugt, dass das von Maria Wojtak in linguistischem Geiste erarbeitete Instrumentarium der Textsortenforschung von Medientexten, das von zahlreichen Forschern hinsichtlich wohl aller Medien getestet wurde, ein bereitliegendes Werkzeug für die Erforschung und Beschreibung der Kommunikation in den Medien ist.

Wir verfügen über so viele vordefinierte Begriffe – nicht nur Grundbegriffe – wie Textsorte, Text, Textsortenfeld, sondern auch über detailliertere: Textsorte / -gattung in Form einer Kollektion (gatunek w formie kolekcji) und von Kollektionen von Gattungen / Textsorten (kolekcje gatunków), Textsortenmosaik, Textsortencollage, die es ermöglichen, komplexeste Textvorkommen zu erforschen. Wichtig ist dabei die Berücksichtigung verschiedener Aspekte der Textsorte, nicht nur der Struktur, Sprache, Art und Weise der Erfassung, sondern auch der Pragmatik der jeweiligen Textsorte, also ihres Kontextes und der Sender-Empfänger-Situation. Und die Textsortenvarianten lassen die Textsortenflexibilität zu. Ich habe den Eindruck, dass die kanonischen Formen von Textsorten nicht so oft in den Medien wahrzunehmen sind, sie werden vielmehr in „gestörten“, vereinfachten Formen auftreten, wir werden mit Textsortenmetamorphosen (mit alternierenden und Adaptationsmustern) zu tun haben.

Und am wichtigsten ist es, dass diese Methodologie nicht nur einen theoretischen Vorschlag darstellt, sondern sie ermöglicht vor allem auch eine ausführliche Analyse der medialen Texte, sie ist der kommunikativen Praxis nahe.

Ich bin auch davon überzeugt, dass es sinnvoll ist, Textsorten zu kategorisieren und Textsortentypologien zu entwickeln, ihrer traditionellen Gliederung dabei bewusst. Man soll sie jedoch im Sinn haben, wenn man sich die Vorschläge von Bożena Witosz anschaut, die Textsorten in Textsorten-Maps und Textsortennetzen erfasst.

Ein solcher Versuch der Kategorisierung erfasst verschiedene Kommunikationserscheinungen ohne dabei die Perspektiven auf die Hybridisierungsprozesse und das Aufeinanderstoßen von Textsorten- und Diskurskonventionen aus den Augen zu verlieren. Im Kontext der Kommunikation in Medien sind folgende sich überschneidende Textsortenfelder zu berücksichtigen: die an die neuen Medien angepassten Textsorten, Textsorten im Wandel in Prozessen der Re-Mediation und Konvergenz sowie die für das bestimmte Medium spezifischen Gattungen.

**M.W.:** Meiner Überzeugung nach werden die Medientextsorten nicht verschwinden. Bachtins These, dass wir uns durch Textsorten verständigen, hat nichts von ihrer Aktualität verloren. Der Untergang der Textsorten wird von Forschern, manchmal auch von Medienmenschen, die nicht unbedingt ein hohes Textsorten-Bewusstsein haben, ausgerufen, die die aktuelle Medienrealität betrachten und die „alten“ kognitiven Skripts nicht loswerden können.

Die Textsortenrealität der zeitgenössischen Medien ist aufgrund der Umwandlung traditioneller Textsorten, des Erscheinens neuer Textsorten und der

Koexistenz einiger Arten der Gestaltung der Kommunikate (Botschaften) äußerst dynamisch (vgl. z. B. die Problematik der Unterscheidung einer Textsorte von einem TV-Format).

Neue Textsorten können nicht einfach als Äußerungen bereits funktionierender Kommunikationsgebilde beschrieben werden (SMS, E-Mail oder auch Blogs sind Beispiele dafür). Sie lassen sich nicht in „alte“ typologische Schemata hineinpressen (sogar die flexibelsten wie Netz oder Konstellation). In der Semiosphäre werden weiterhin sowohl Systeme sichtbar, die man für natürliche, kommunikativ geschaffene Systeme halten kann (exemplarisch Kollektionen), sowie solche, die von Forschern geschaffen wurden, die versuchen, die reichhaltige textuelle (Kommunikations-)Empirie in einen Rahmen zu fassen.

Ich meine, dass man gegenüber der eingetretenen Situation eine offene Einstellung einnehmen soll, in der die Beschreibung vor allem einen deskriptiven Standpunkt berücksichtigen muss, wobei die differenzielle Dimension in den Hintergrund gedrängt wird. Die Textsortenanalyse ist ein bereits herausgearbeiteter und bewährter Prozess, nicht nur im Medienbereich. Es ist also möglich, die Regeln einer Textsorte (wiederholte Merkmale) auf der Grundlage einer entsprechend profilierten Analyse bestimmter Kommunikate zu rekonstruieren.

Nicht unbeträchtlich sind auch die kontrastiven Aspekte. Sie können jedoch keinen genetischen Charakter haben. Neue Formen sind nicht immer das Ergebnis der Verwandlungen bereits bekannter Schemata, sondern entstehen in einer spezifischen medialen Umgebung, verbinden sich mit einer bestimmten Weltansicht, gewinnen erkennbare kommunikative Aufgaben (sie existieren im Diskurs), sind (programmatisch!) synkretistisch, aber erhalten womöglich zur Erkennung eine Textsorten-Identität (eingepägt durch den Namen oder noch nicht benannt). Viele der mit den zeitgenössischen (konvergenten) Medien verbundenen Textsorten haben den Charakter der aus Elementen unterschiedlicher Entstehungsgeschichte zusammengesetzten Aussagen, was noch nicht zu der Feststellung berechtigt, sie als Hybride zu bezeichnen. Und selbst wenn sie Hybride wären, sind sie nicht amorph. Ihre Textsorten-Identität muss man entdecken, verfügend über den richtigen Interpretationsschlüssel, der es ermöglicht, Daten aus dem Textwissenschafts-, Textsortenforschungs- und Diskursbereich in der Analyse zusammenzufügen.

### **Könnten Sie Ihre Forschungserfahrung über das Funktionieren von Texten in den Medien mitteilen?**

**K.K.:** In den letzten Jahren habe ich mich vor allem mit zwei Themen beschäftigt: mit den sprachlichen Selbstdarstellungsstrategien in Mediennachrichten und mit den Mediendiskursen im Bereich der Videospiegelindustrie.

Beim tagtäglichen Konsum von Medieninformationen achtet der Rezipient kaum auf Elemente wie z. B. *Wie konnten wir feststellen, dass ...* oder *Der Minister offenbart dem „Fakt“ dass...* [eine Boulevardzeitung, das polnische Pendant für die deutsche *Bild*-Zeitung]. Detaillierte Untersuchungen zeigen, dass solche Maßnahmen heutzutage üblich sind – bestimmte Interpretationslösungen (einzelne Wörter, Wortkombinationen, oft schablonenhaft) werden systematisch, wenn auch diskret (um das Publikum nicht zu irritieren oder gegen das Gesetz zu verstoßen), dem Publikum indirekt und subtil suggeriert, um ein positives Bild des Medienanbieters zu formen. Die Hauptziele sind die Förderung der eigenen Marke (medieneigene Namen) und Inhalte, die Betonung der engen Beziehung zum Empfänger sowie solcher eigenen Eigenschaften wie Aktivsein, Neugier oder Effektivität. Auf der anderen Seite betonen Presse, Radio und Fernsehen relativ selten die Exklusivität des Materials (lediglich die Boulevard-Tageszeitungen) und seine Aktualität (in dieser Hinsicht werden Presse, Radio und Fernsehen das Internet nicht schlagen können).

Der Diskurs der elektronischen Unterhaltung ist für den Medienlinguisten von Interesse, weil es sich in diesem Fall um einen relativ neuen Bereich der Kommunikation handelt, der eine sich sehr dynamisch entwickelnde und multidimensionale Industrie von internationaler Reichweite (hinsichtlich technischer, kultureller und wirtschaftlicher Aspekte) betrifft. All dies führt zu einem vielschichtigen Diskurs, der nicht nur für einen Sprachwissenschaftler, sondern auch für einen Kulturwissenschaftler, Soziologen, Medienexperten oder Psychologen ein attraktives Forschungsgebiet darstellt. Inspirierend wirken streng linguistische (das Auftauchen neuer Begriffe, die die Entwicklung des Marktes für elektronische Spiele begleiten, verschiedene Interaktionen zwischen dem Polnischen und Englischen, das der „Quellcode“ der meisten polnischen Medienmaterialien ist), textsortenlinguistische (Auskristallisierung, Stabilisierung, Evolution von neuen Textsorten, Branchenmetamorphosen von traditionellen Mustern) und kommunikative Beobachtungen (z. B. Polarisierung des analysierten Diskurses, Beziehungen zwischen technischen, kulturellen und Marketingprofilen). Solche Untersuchungen können auch einen gesellschaftlichen Wert haben, sie tragen beispielsweise dazu bei, unterschiedliche Stereotype über Computerspiele zu überwinden.

**H.L.:** Die Wirkungsforschung hat in der Medienlinguistik, anders als in der Medienwissenschaft und Sozialpsychologie, bisher nur eine geringe Rolle gespielt. Es gibt im Vergleich zu Produktanalysen und zu der v. a. von Daniel Perrin betriebenen Schreibforschung nur recht wenige Analysen, die die Wirkung (und damit die Wirkungsweise) von medialen Texten zu erfassen versuchen.

Einige wenige Untersuchungen mit Probanden gibt es von Josef Klein, der die Wirkung von bestimmten Aspekten von Texten auf Testpersonen untersucht hat.



Ich selbst habe Studierenden die Aufgabe erteilt, Bewertungen in Kommentartexten zu unterstreichen und eine Zusammenfassung des Wesentlichen zu erstellen. Dabei zeigte sich eine sehr große individuelle Variation. Auch sprachsystematisch recht klare evaluative Adjektive wurden beispielsweise nie von allen Probanden als Bewertung markiert, und was als wesentliche Botschaft von Texten galt, bestimmten die Einzelnen ebenfalls in partiell stark abweichender Weise.

Hier liegt noch eine wesentliche Brache offen, dieses Feld müsste in der Forschung weiter und intensiver bearbeitet werden.

**I.L.:** Meine Forschungserfahrungen zu Medientexten gehen in das Jahr 2001 zurück, als ich die Analyse audiovisueller Werbung mit textlinguistischem Untersuchungsinstrumentarium angegangen bin. Anschließend ist es mir gelungen, von der Analyse bis zur Synthese audiovisueller Werbung als Textsorte zu gelangen. Die damalige Zeit brachte in der polnischen Wissenschaft eine gewaltige Zunahme an Beiträgen zur Werbung mit sich, in ihrem rhetorischen Ausmaß, aber am häufigsten wurde dabei die Wahrnehmung der persuasiven Funktion näher erörtert. Darauf gründete mein nächstes Forschungsvorhaben.

Ausgehend von der für die Pragmalinguistik und die Textwissenschaft grundlegenden Rolle der Äußerung habe ich im medialen Raum einheitliche Erscheinungen vorgefunden. Diese bilden und bildeten auch in der Vergangenheit Paratexte. Damit sind Kommunikate gemeint, die einem Medientext vorangehen, die ihn bis hin zum/ zur Leser\*in kurz und freundlich hinführen sollten. Diesen Voraussetzungen entsprechen Inhaltsverzeichnis und Lead in der gedruckten und digitalen Presse sowie Impressum oder Hinterdeckeltext in einem Buch, des Weiteren auch Trailer und Ankündigungen bzw. Moderationen in Rundfunk und Fernsehen.

Letztendlich rückte ein noch anderer Bereich ins Zentrum meines Forschungsinteresses, nämlich die Beobachtung und Interpretation von Fernsehdiskursen. Somit wurden mit meiner methodologischen Perspektive in den letzten Jahren die Medienlinguistik und die Diskurslinguistik fokussiert. Im Hintergrund standen dabei Semiologie, Soziologie und Psychologie. Ich habe die Methode der Synthese von Fernsehdiskursen eingesetzt und versucht, neue Analysemethoden für multimodale Texte zu erarbeiten. Ich glaube, darunter auch jüngeren Linguist\*innen ein neues Forschungsinstrument angeboten zu haben, mit dem sie moderne Analysen von Mediendiskursen, medialen Textsorten und Medientexten vornehmen können. Ich hoffe, mit diesem Angebot wird unser heutiges Wissen über Medien entsprechend gewürdigt.

Mein Forschungsinteresse gilt ebenso der Farbenlinguistik. Mit diesem Bereich verbinde ich große Hoffnung. Ich habe schon bestimmte, meiner Ansicht nach durchführbare Forschungsvorhaben im Rahmen der „Farbenlinguistik“ geplant,

in der über Farben aus der Perspektive eines kulturbedingten oder interkulturellen bzw. auch persuasiven Kommunikats die Rede sein kann. Ich glaube, dass ein/e Linguist\*in seine/ ihre Forschungsergebnisse zu Farbenfragen anders als beispielsweise ein(e) Ästhetik-, Psychologie- oder Sozialwissenschaftenforscher\*in profilieren kann. Meine Vorstellung ist so, dass, gestützt auf Errungenschaften der Ästhetik, Psychologie und Sozialwissenschaften und unter Anwendung der semiologischen, semantischen und kognitiven Analyse des sprachlichen Weltbildes, die kommunikative Intention des Senders/ der Senderin erfolgreich dargestellt werden kann. Auf ähnliche Weise können ebenso der perlokutive Effekt entworfen und potenzielle kommunikative Störungen signalisiert werden. Ein verwandtes Herangehen haben wir ja schon mit dem monomodalen Kommunikat in der Vergangenheit miterleben dürfen, das sich ausschließlich auf die geschriebene oder auf die gesprochene Sprache stützte.

Ich möchte die Forscher\*innen davon überzeugen, dass es möglich ist, die in der Fernsehforschung ausschließlich auf Politik, Manipulation und Propaganda fokussierte Perspektive aufzugeben. Vielmehr schickt es sich, dass der/ die Linguist\*in das Fernsehgeschehen als Diskurs betrachtet. Oder sogar dass er/ sie seine/ ihre Aufgabe darin sieht, seine/ ihre Beobachtungen auf weitere Migrationen des Fernsehens, in Zeiten der Multivision, zu projizieren.

Ich will hier als Beispiel nur eine Erscheinung anführen, die weitere Forschungsbeobachtung erfordert. Es scheint in dieser Hinsicht vielversprechend zu sein. So wurde im Fernsehen schon seit seinem Bestehen der Bildschirm zur Übertragung sowohl von Bildern als auch von Texten genutzt. Mit der Geburtsstunde des Fernsehens tauchten Untertitel mit Angaben zu eingeladenen Gästen der Sendung auf, einzelne Angebote des TV-Tagesprogramms waren auf dem Bildschirm aufgelistet zu sehen, und für jede Sendung wurden ihre Grenzen im TV-Rahmenprogramm durch Vorspann und Nachspann deutlich markiert. Mit der Zeit wurden die Möglichkeiten des Bildschirms, geschriebene Texte aufzunehmen und wiederzugeben, von TV-Sendern immer weiterentwickelt. Heutzutage erinnert der Bildschirm nicht selten an die erste Seite einer Zeitschrift, so viele Untertitel, Hintergrundbilder, bunte Schriftarten unterschiedlicher Größe und Ausgestaltung werden darauf angeboten. Das TV schreibt nämlich an den/ die Empfänger\*in auf dem Bildschirm. Ein/Eine Regisseur\*in lässt Ankündigungen auf einem Banner, Textzitate aus anderen Medien, Zitate aus Aussagen der eingeladenen Gäste oder aber Zitate der dem außermedialen Raum entstammenden geschriebenen Texte erscheinen. Auf dem Bildschirm werden Übersetzungstexte aus anderen Sprachen exponiert, dann werden zahlreiche weitere Aufschriften im Hintergrund mit der Kamera erfasst, insbesondere bei Sportveranstaltungen. Das gegenwärtige Fernsehangebot umfasst also nicht eine Einladung an seine Zuschauer\*innen zum Schauen, zum Hören, sondern auch zum multiplizierten

Lesen von gelieferten Texten. Sie werden also vor eine anstrengende Aufgabe gestellt, die eine multisensorische Wahrnehmung bedeutet. Ein Hypertext scheint bei einem Vergleich damit eine ganz harmlose Erscheinung zu sein. Die Fernsehrezeption verläuft sicher nicht linear und erfordert eine außergewöhnliche Sehvermögenskoordination sowie ständiger Aufenthalt in Bildschirmreichweite. Bei solcher Art von Rezeption werden sowohl das Seh- als auch das Hörvermögen aktiviert, denn es erfordert zur gleichen Zeit ein paralleles Verständnis von gesehenen und gehörten Informationen. Ein Medientext wird nämlich mehrfach ausgestrahlt, dazu gleichzeitig zu mehreren Themen. Der Text wird mehrmals wiederholt, unterliegt einer ungemein starken Redundanz, bleibt immer in Bewegung und stellt einen dynamischen semiotischen Kontext her. Damit entsteht eine wesentlich deskriptive Aufgabe, die auch für Medienlinguisten offensteht.

**H.-H.L.:** Die Frage scheint eher auf persönliche Eindrücke und Einschätzungen abzielen. Aus der Perspektive eines „normalen“ Mediennutzers stellen sich viele Veränderungen unmerklich, gleichsam schleichend ein. Der oft angeführte „rasche Medienwandel“ setzt einen anderen Blickwinkel voraus, einen distanziert-vergleichenden. Doch ganz unabhängig von solchen Perspektivenunterschieden wird man generell nicht umhin können, das „Funktionieren von Texten in den Medien“ auch mit einer bestimmten Skepsis zu betrachten. Das Vermitteln von Hintergrundinformationen und die Entwicklung einer Verstehenskompetenz bezüglich aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen ist längst nicht mehr das oberste Anliegen (und war es auch in der Vergangenheit nicht). Wie bereits zuvor mit Stichworten wie ‚Boulevardisierung‘ und ‚Personalisierung‘ angedeutet, spielen Formate, die Unterhaltsamkeit und Attraktivität für Werbeinserenten gewährleisten, eine wichtige Rolle. Hinzu kommt ein verstärktes Bemühen um inhaltliche Stromlinienförmigkeit, wie dies nicht zuletzt in der Übernahme eines konturenarmen Vokabulars und in der Befolgung von Postulaten „politischer Korrektheit“ zum Ausdruck kommt; hierzu darf man getrost auch das sprachfeministische Gegendere, wie es von öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten und Teilen der Tagespresse propagiert wird, zählen. Gerade die mediale Inszenierung des deutschen Bundestagswahlkampfs 2021 hat die oft begrenzte Aufklärungsfunktion aktueller Medienkommunikation demonstriert: Die Vermeidung inhaltlicher Vertiefungen und das Verhindern wirklich interaktiver Auseinandersetzungen, die Herbeiführung konfrontativer Momente ohne sachorientierten Tiefgang sowie die allgegenwärtige Furcht journalistischer Akteure, die Kontrolle über einen angeblich publikumsorientierten Sendungsverlauf zu verlieren, all das sind Anzeichen dafür, wie das „Funktionieren von Texten“ im medialen Kontext Veränderungen erfährt bzw. erfahren kann, für die die Bezeichnung Niveaueverflachung nicht unangemessen wäre. Das Beispiel mag nicht

unbedingt verallgemeinerbar sein, aber einen gewissen symptomatischen Wert wird man ihm nicht absprechen wollen.

**S.M.-V.:** Die Frage ist so pauschal gestellt, dass man sie nicht beantworten kann. Über das Funktionieren von Texten allgemein in den Medien allgemein kann man keine Aussagen machen.

**M.Ś.:** In meiner Forschungsarbeit im Bereich der Medientexte überwiegt die textsortenfokussierende und an/auf? Kommunikationsprozesse-n? ausgerichtete Perspektive, ich greife auch gern nach Erkenntnissen der benachbarten Disziplinen, am häufigsten aus der Medienforschung. Meine zwei Forschungsfelder umfassen die Untersuchung der Dialoge in der Presse und die Erforschung vom Textsortenbewusstsein der Pressejournalisten.

Meine Forschungsanalysen waren erstmals dem Interaktionismus verpflichtet, wobei ich den Dialog als eine textinterne Größe betrachtete, die die Textsorten regelt, und als eine textexterne Größe zugleich, die in den Interaktionen zwischen den Texten und in den Sender-Empfänger-Relationen in der Presse zum Vorschein kommt. Meine Forschungsarbeit an der Textsorte *Interview* habe ich weiter vertieft, indem ich verschiedene Textvorkommen dieser Textsorte analysierte und dabei die strategischen Fragen berücksichtigte – vor allem die Frage der Sender-Empfänger-Rollen, die Intimität dieser Textsorte, den Modulaufbau eines Interviews. Einen wichtigen Teilbereich meiner Forschungsarbeit macht die Beschreibung von Textsortenmetamorphosen aus, die sowohl als Beispiele der Alternation und Adaptation, als auch der Textsortenkonvergenz und des Textsortenwandels verstanden werden.

In den Fokus meiner Forschungsarbeit rückten auch die Fragen der Multimodalität. Mein Augenmerk galt verschiedenen Arten der räumlichen Anordnung von Texten, den Titelseiten von regionalen Zeitungen sowie Reportagen samt den sie begleitenden Grafiken in „Duży Format“<sup>2</sup>. Unabhängig davon, ob es sich um eine Fallstudie handelte oder eher um monografische Arbeiten, ließen die Werkzeuge, die die moderne Textsortenforschung von Medientexten zur Verfügung stellt, Medienmechanismen via Text entdecken.

Eine natürliche Konsequenz, die sich aus meinen bisherigen Arbeiten ergab, waren für mich die Versuche, nach der Identität des Autors, nach seiner Werkstatt und seinem Wissen über den Text und die Textsorte zu fragen. Ich war neugierig, wie die Arbeitskulissen der besten polnischen Journalisten aussehen, und wie die Antwort auf die Frage „Wie machen sie das?“ lautet. Und diese Frage hat mich dazu veranlasst, den Versuch zu wagen, ein Modell des Textsortenbewusstseins

<sup>2</sup> *Das große Format*, wöchentlicher Themenanhang der polnischen Tageszeitung „Gazeta Wyborcza“, erscheint in Magazininform ab 1993 (Anmerkung der Übersetzerin).

zu entwickeln. Unter dem Begriff Textsortenbewusstsein verstehe ich nicht nur ein Wissen, das die Kenntnisse um die Textsortenmuster umfasst, sondern auch die Fähigkeit seiner diskursiven Ausführung. Darin birgt sich nämlich der kreative Individualismus. Wichtig ist, dass ich meine Untersuchungen zum Textsortenbewusstsein auch auf qualitative Analysen gestützt habe – ich habe vor allem autoren spezifische Texte untersucht. Denn der Text bringt zum Ausdruck die Absichten des jeweiligen Autors und spiegelt seine Kompetenz wider.

**M.W.:** Der Kreis meiner Forschungsinteressen umfasst folgende Bereiche: (1) methodologische Fragen, (2) Problemstellungen aus dem Bereich des Medienkommunikationswandels, (3) Mediendiskurs; (4) Stilistik von Medienäußerungen (vor allem Presse); (5) Textsortenanalyse von Medien-(Presse-)Äußerungen. Ich habe Presstexte zum Gegenstand der Reflexion, Analyse und Interpretation gemacht. Nach Meinung vieler Medienlinguisten lassen sich jedoch einige meiner Beobachtungen und Forschungshypothesen sowie methodologische Vorschläge auf die Medien im Allgemeinen beziehen.

**Ad 1)** Bei der Behandlung von methodologischen Fragen habe ich die Veränderungen der Forschungseinstellungen von Linguisten, die im Bereich des Medienforschungsfeldes tätig sind, vorgestellt, ich habe mich zum Thema der sprachwissenschaftlichen Grundlagen der Medienwissenschaft geäußert und ein Forschungsinstrumentarium geschaffen, das die Autorenkonzeption zur Beschreibung der Presstextsorten, des Pressediskurses und des Stils von Presseäußerungen umfasst.

Bei der Gestaltung des methodologischen Autorenapparats und der Entwicklung eines Begriffsinstrumentariums, das den genannten Forschungsaufgaben angemessen ist, habe ich in meine Bearbeitungen sowohl eigene Begriffe als auch solche, die von anderen Forschern verwendet werden, eingeführt. Die Menge dieser eigenen Begriffe beinhaltet *den interaktiven Kommunikationsstil* und *die Stimmen*, während diejenigen, die von anderen Forschern verwendet werden, aus den Begriffen des Diskurses, des Stils und der Textsorte bestehen, die ich reinterpretiere und in das Autorenkonzept der Beschreibung der Medienkommunikation einbeziehe.

**Ad 2)** Ich nehme die Medienkommunikation als einen im bedeutenden Maße polymorphen Raum wahr, und ich habe mich der Metapher der Stimmen bedient, um ihn zu beschreiben (vgl. *Głosy z teraźniejszości...* 2010). Vorläufig betrachte ich sie als hinsichtlich der Pragmatik (d. h. im Hinblick auf die Kommunikationszwecke) und sprachlich (stilistisch) gestaltete Aussagen (oder ihre Fragmente sowie Mengen), die in der traditionellen Presse veröffentlicht werden und an der Gestaltung vom Polymorphismus ihrer Botschaft teilhaben.

Als ich den Begriffskontext veränderte und den Begriff der Stimmen reinterpretierte, schlug ich vor, sie als vielfältig gestaltete und konfigurierte diskursive

Ketten zu behandeln, die sowohl auf der Makro- als auch auf der Mikroebene in Betracht gezogen werden. Eine Ergänzung zu den Analysen in der Monographie aus dem Jahr 2010 wurde eine Reihe von Artikeln, in denen ich die Vieltimmigkeit bestimmter Presseäußerungen charakterisiert habe. In den einzelnen Äußerungen sammeln sich wie in einer Linse verschiedene Perspektiven und Standpunkte. Das ist ein Ort, wo ein gewisses Spektrum der Paradoxa und der Antinomien deutlich zum Vorschein kommt – auf der Seite des Weltbildes, der kommunikativen Botschaft und der angewendeten Mittel.

Letztendlich habe ich die Regeln und Kommunikationsweisen durch die Presse unter folgenden Gesichtspunkten betrachtet: (1) in Bezug auf ihre Entstehungsgeschichte d. h. in Anbetracht dessen, vom wem sie stammen, aus welcher Quelle sie stammen, auf welche Art und Weise sie aus der Sender-Sicht profiliert wurden, (2) in Bezug auf ihre Bildung (Gestaltung, Stilisierung), d. h. im Hinblick darauf, wie sie sind (stilistische Merkmale, Grundmerkmale einer Textsorte), (3) in Bezug auf ihre Intentionen, d. h. in Hinsicht darauf, welches Ziel sie verfolgen und für wen sie sind (Empfängerprofilierung).

Als Hintergrund für kommunikative Parameter, die den modernen Medien angemessen sind (insbesondere der Interaktivität), kann man das Phänomen behandeln, das die traditionelle Presse auszeichnet (die ja auch weiterhin untersucht werden sollte), das ich als interaktionalen Kommunikationsstil bezeichnet habe, wobei ich die folgenden konkreten Modelle unterschieden habe: 1. egalitäre Kommunikation: die Redaktion kommuniziert mit dem Durchschnittsleser; 2. Kommunikation, die sich durch Elitismus auszeichnet, also 2a: die Redaktion kommuniziert mit ausgewählten, gebildeten, vertrauten und kulturell erfahrenen Rezipienten; 2b: die Redaktion kommuniziert mit ausgewählten Rezipienten aus einer bestimmten Perspektive; 2c: die Redaktion realisiert ein Interaktionsmodell, das sich in folgender Formel erfassen lässt: die Gleichen sprechen mit den Gleichen, die Enthusiasten kommunizieren mit den Enthusiasten.

**Ad 3)** Ich betrachte den Diskurs als eine Kategorie, die die Organisationsweisen menschlichen Handelns und damit auch die kommunikativen Praktiken einer solchen Gemeinschaft darstellt, die während verschiedener Interaktionen die für sie relevanten Inhalte (das Weltbild) festlegt und vereinbart sowie die entsprechenden Szenarios des kommunikativen Verhaltens und die Regeln ihrer Erfüllung durch Äußerungen (und/oder nonverbale Mittel) bewahrt.

Da der Kreis meiner Forschungsinteressen sich auf die Presse konzentrierte, definierte ich den Pressediskurs näher als einen Prozess, d. h. als einen Bestand an Strategien, die die Sender verfolgen, um die Aufmerksamkeit ihrer Rezipienten auf sich selbst zu lenken, sie mit ihren Kommunikaten zu interessieren, sie neugierig zu machen, sie für bestimmte Ideen oder Werte zu gewinnen, sie aufzuheitern – mit einem Wort, ihr Interesse zu wecken.

Die Menge der Kommunikationspraktiken, die den modernen Pressediskurs schaffen, stellt sich in eine Reihe mit den Antinomien und Paradoxa. Er ist sowohl monothematisch (in ausgewählten Zeitschriften mit einem bestimmten Profil) als auch polythematisch (nicht nur in allgemeinen oder meinungsbetonten Zeitschriften) zugleich. Der ontologische Bereich des Diskurses wird als vermittelt und auf eine für die Medien typische Art und Weise geschaffen, d. h. in einer vom medialen Sender gewählten Perspektive, mit einem variablen Bezug, da relativ oft nicht die Fakten die Grundlage des Weltbildes darstellen, sondern ihre Interpretation, die darauf orientiert ist, eine Gemeinschaft mit dem Rezipienten aufzubauen. Die Konfiguration der Funktionen bleibt grundlegend konstant (Informieren, Interpretation, Anhäufung des Wissens, Mobilisierung und Unterhaltung), allerdings ändern sich die Anordnungen der Funktionen in bestimmten Pressetypen (oder sogar in einem bestimmten Titel). Die Sender- und Empfängerbeziehungen nehmen einen wechselseitigen und partnerschaftlichen Charakter an, obwohl es in der Presse oft nur ein diskursives Spiel ist. Variabel und reichhaltig ist der axiologische Bereich des Diskurses.

Der Pressediskurs hat *einen Absorptionscharakter*, denn er ist vielseitig offen für andere Diskurse und absorbiert diese Diskurse, macht sie zum Gegenstand der Präsentation und damit auch zur Quelle der Inhalte, Übermittlungsformen und sprachlichen Mittel. Um dieses Phänomen näher darzustellen, unterscheidet sich *die moderierende Absorption*, wenn die Zeitung als Medium und Übermittler fungiert und zu einer Präsentationsform des Diskurses X (oder seiner ausgewählten Bestandteile) wird und *die Interpretationsabsorption*, wenn der Diskurs X nicht seine volle Autonomie behält, und die Presse ihn erheblich umgestaltet. Als Kommunikationsfilter fungiert in diesem Fall des Öfteren die Textsorte.

Wenn wir diese Phänomene von der Seite der Ergebnisse her betrachten, wird der Pressediskurs uns als ein Diskurs erscheinen, der aus anderen Diskursen durch Zitate und Transformation gewoben ist. In seinen Rahmen lässt sich die Menge der Diskurse X und der Diskurse über X unterscheiden. Dies sind exemplarisch der politische Diskurs und der Diskurs über die Politik, der religiöse Diskurs und der Diskurs über die Religion, der juristische Diskurs und der Diskurs über das Recht, der Geschäftsdiskurs und der Diskurs über die Geschäfte, der wissenschaftliche Diskurs (in der Regel in der Popularisierungsversion) und der Diskurs über die Wissenschaft, der literarische Diskurs (im weiteren Sinne der Kultur) und der Diskurs über die Literatur usw.

Die oben genannten Interpretationsbestimmungen sind meiner Überzeugung nach der Beweggrund für den Polymorphismus des Stils der Presseäußerungen und seine Offenheit, d. h. für die Antinomie der Merkmale und die Heterogenität der Mittel (dazu unten mehr).

**Ad 4)** Unter Bezugnahme auf die Werke der linguistischen Stilistik, in deren Rahmen versucht wird, den Begriff des journalistisch-publizistischen Stils näher

zu bestimmen, sowie unter Berücksichtigung meiner eigenen Konzepte, die sich auf die Notwendigkeit beziehen, *den Stil der Textsorten* und *den Textsortenstil* als Kategorie, die der Textempirie nahesteht, zu unterscheiden, habe ich in meinen Arbeiten vor allem den Stil der Presstextsorten charakterisiert. Ich habe die folgende Konfiguration seiner Merkmale unterschieden: 1. Schablonenhaftigkeit: nicht-schablonenhafte Schablonenhaftigkeit, schablonenhafte Nicht-Schablonenhaftigkeit, Nicht-Schablonenhaftigkeit; 2. Objektivität: subjektivierte Objektivität, objektivierte Subjektivität, Subjektivität; 3. Monologizität<sup>3</sup>: monologische Dialogizität, dialogische Monologizität, Dialogizität; 4. Umgangssprachlichkeit: offizielle Umgangssprachlichkeit, umgangssprachliche Förmlichkeit, Förmlichkeit (siehe *Rozložone gazety...* 2015).

Derzeit bin ich der Meinung, dass die Kategorie des Stils bezüglich der Medienkommunikation angewendet werden kann, aber man kann sie nicht in Opposition zu anderen Stilen (differenzial) charakterisieren, sondern sie sollte deskriptiv als polymorphe Kategorie, d. h. als Konglomerat von Merkmalen und Mitteln, als synkretistisches Phänomen, als flexible und offene, dynamische Kategorie wahrgenommen und dargestellt werden. Die Kategorie des Stils kann auch nicht isoliert beschrieben werden. Die Konstellation (eigentlich sogar eine Kollektion) von Begriffen, die es ermöglichen, stilistische Phänomene zu charakterisieren, bilden *Diskurs, Textsorte, Äußerung (Kommunikat, Medienbotschaft)*. Mit jeder dieser Kategorien sind weitere Phänomene verbunden, die dem Stil ein subjektives, kulturell beglaubigtes und modifiziertes Kennzeichen verleihen.

**Ad 5)** Bei der Beschreibung von Textsorten der (Presse-)Äußerungen habe ich versucht, einen Erkenntnisraum zu schaffen, in dessen Rahmen der linguistische (bzw. philologische) Hintergrund als Grundlage für die Analyse und Interpretation mit dem umfassenden Forschungsfeld der zeitgenössischen Medienwissenschaft verbunden wird.

Während der langjährigen Forschungspraxis habe ich eine Konstellation von Begriffen vorgestellt, die den theoretischen Hintergrund für vielseitige Analysen einer reichhaltigen, vielfältigen und aus Presseäußerungen bestehenden Textempirie geben. Die Menge der genannten Begriffe besteht aus: *Textsorte, (Textsortenmuster, Aspekte und Varianten eines Musters, Paradoxe der Textsorte, Textsortenbereich und Bereich der Textsortenbezüge), Presstextsorten, Diskurs (Mediendiskurs, darin Pressediskurs, Absorptionscharakter des Pressediskurses), textsortengeprägter Reduktionismus, Kollektionen der Textsorten und ihre textuellen Umsetzungen (Textmosaik und- Collagen), Textsortenüberblendungen*. Mein Interesse galt typologischen Fragen, und ich entwickelte grundlegende Voraussetzungen und Ziele für Textsortenanalysen.

---

<sup>3</sup> Tendenz zu längeren Aussagen von einer Person



Ich habe versucht zu zeigen, dass die Betrachtung von Äußerungstextsorten (insbesondere Presstextsorten) dynamische und polymorphe Kategorien ermöglicht:

1. Durchführung der Analysen unterschiedlich konfigurierter Äußerungsmengen,
2. Verfolgung ihrer Transformationen (innerhalb eines bestimmten Zeitraums),
3. Charakterisierung dieser Äußerungen (nicht nur immanent, sondern auch im Rahmen der diskursiven Analyse gefasst),
4. Beachtung differenzieller und deskriptiver Merkmale, die es ermöglicht, sowohl die Grenzen zwischen ausgewählten Textsortenphänomenen wahrzunehmen als auch die Möglichkeit des Auftretens von Formen nicht zu übersehen, die ein Kontinuum bilden, die im Wesentlichen synkretistisch sind und dabei jedoch keine Textsortenidentität verlieren.

#### Übersetzung von Beiträgen

- von Krzysztof Kaszewski: Aleksandra Haliniak (Doktorandin, Uniwersytet Rzeszowski)
- von Iwona Loewe: Iwona Szwed (Uniwersytet Rzeszowski)
- von Magdalena Ślawska: Agnieszka Buk (Uniwersytet Rzeszowski)
- von Maria Wojtak: Katarzyna Penar (Doktorandin, Uniwersytet Rzeszowski)