

Bogusław Skowronek (Kraków)\*

ORCID: 0000-0002-4049-4653

Received: 3.12.2020

Accepted: 25.05.2021

Published: 23.12.2021

## Schlüsselfragen der Medienlinguistik (aus der gegenwärtigen Perspektive)

Im folgenden Beitrag werden von mir Schlüsselfragen der Medienlinguistik thematisiert, die einen disziplinenübergreifenden Forschungsbereich darstellt, gewidmet der Analyse der verbalen Ebene verschiedener medialer Diskurse. Es werden Untersuchungsfelder der Disziplin nähergebracht, d. h. mediale Techniken mit ihrer verbalen Emanation, der Forschungsgegenstand, verstanden als jegliche linguistische Erscheinung, deren Form und Funktionen durch einzelne Medien bestimmt werden, sowie Forschungsmethoden, die weit über formale Systemanalysen hinausgehen, zu Gunsten von Kontextfaktoren. Ich weise hier darauf hin, dass all diese Bereiche angesichts stets variierender Kulturlandschaft Änderungen unterliegen und andauernd zu reflektieren sowie zu vergegenwärtigen sind.

**Schlüsselwörter:** Medien, Sprache, Kultur, Diskurs, Text, Transdisziplinarität, kritische Diskursanalyse

### Knotty problems of media linguistics (from today's perspective)

In the article I discuss the key problems of media linguistics: a transdisciplinary field of study that analyses the verbal layer of various media discourses. I also examine the research area of the discussed discipline, i.e. media technologies having a verbal dimension; the subject of research, that is all linguistic phenomena, the shape and function of which are defined by particular media; and research methods, going beyond formal and systemic analyses, and focusing on contextual factors instead. I also indicate that all those aspects undergo changes due to the dynamic cultural landscape; and that they should be subject to constant reflection and modernization.

**Key words:** media, language, culture, discourse, text, transdisciplinarity, critical discourse analysis

---

\* Prof. zw. dr hab. Bogusław Skowronek, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Filologii Polskiej, ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, e-mail: bosko@up.krakow.pl

## Węzłowe problemy mediolingwistyki (z dzisiejszej perspektywy)

W artykule omawiam węzłowe problemy mediolingwistyki, transdyscyplinarnej dziedziny badawczej, zajmującej się analizą warstwy werbalnej różnych dyskursów medialnych. Spoglądam na obszar badań omawianej dyscypliny, czyli na technologie medialne posiadające swą emanację werbalną, przedmiot badań, czyli wszelkie zjawiska lingwistyczne, których kształt oraz funkcje określają poszczególne media oraz metody badań, wychodzące poza analizy formalno-systemowe na rzecz czynników kontekstualnych. Wskazuję, że wszystkie te pola w obliczu zmieniającego się pejzażu kulturowego ulegają zmianom i należy je poddawać nieustającej refleksji i uwspółcześnieniu.

**Słowa kluczowe:** media, język, kultura, dyskurs, tekst, transdyscyplinarność, krytyczna analiza dyskursu

*Über die Analyse von Medientexten und deren in den kommunikativen Praktiken erschlossenen Affordanzen eröffnet sich ein Zugang zur Analyse von Kulturen und deren Veränderungen*

Martin Luginbühl

Die Äußerung von Hartmut Stöckl (2012: 13), dass „das medienlinguistische Geschäft, das – ohne bereits disziplinar gefestigt und kanonisiert zu sein – schon gewinnbringend betrieben worden ist“, erfordert nach über einem Jahrzehnt eine gewisse Ergänzung. Sicherlich ist der Behauptung in ihrem letzteren Teil zuzustimmen, dass zahlreiche medienlinguistische Untersuchungen schon seit längerer Zeit in sehr vielen Forschungszentren, sowohl in Polen als auch im Ausland (insbesondere in Deutschland und Russland), betrieben werden. Heute unterliegt diese Feststellung keinem Zweifel. Jedoch ist meiner Meinung nach auch das Bestehen der Medienlinguistik als einer wissenschaftlich schon vollständig gefestigten Disziplin ebenso unanfechtbar. Einer Disziplin, die über einen präzise markierten Forschungsbereich, eine weite theoretische Basis sowie eine reiche, gut ausgearbeitete Methodologie (auch wenn in unterschiedlichen Forschungszentren und von unterschiedlichen Forschern etwas abweichend profiliert) verfügt.

Eine starke Gründung der Medienlinguistik auf dem Boden der heutigen Geisteswissenschaften bedeutet allerdings nicht, dass ihre grundlegenden Determinanten – **Forschungsbereich, -gegenstand und -methodologie** – keine unaufhörliche Reflexion erfordern. Diese soll aber weniger deren Falsifizierung als mehr einer Vertiefung, Vergegenwärtigung und Anpassung an die zur Zeit stets variierende Medien- und Kulturlandschaft dienen. Eine semiotische „Überschüssigkeit“ der gegenwärtigen Medienkommunikation samt ihrer verbalen Form hat den Zustand einer gewissen kontinuierlichen erkenntnisbezogenen und methodologischen Bedürftigkeit zur Folge. Eine gewaltige Entwicklung der Medien selbst und der Medienkommunikation, wechselnde Rezeptionsarten von Botschaften sowie ihre kultur- und zivilisationsdeterminierten Funktionskontexte,

gehen immer den methodologischen Erkenntnissen voraus. Solcher Zustand verursacht notwendigerweise ein stetiges Umdefinieren bisheriger Aufschlüsse und Konzepte.

## I.

Insbesondere erfordert der **Forschungsbereich** der Medienlinguistik, d. h. Medien und Medienkommunikation, eine ununterbrochene Aufmerksamkeit, kontinuierliche Aktualisierung und Präzision bei seiner Bestimmung. Dieses Erfordernis ist mit Sicherheit darauf zurückzuführen, dass der Begriff „Medien“ selbst definitionsmäßig dauerhaft instabil ist (vgl. Skowronek 2017), und zwar unabhängig von Attributen oder Präfixen, mit denen er zusätzlich bestimmt wird. Diese Erscheinung wäre mit der Bezeichnung „Baustelle“ von Bruno Latour und Henri Lefebvre (Nacher 2016: 89) am besten zu beschreiben. Damit wird auf eine Kurzlebigkeit von ausnahmslos allen Medientechniken, auf ihre unüberschaubaren Entwicklungswege sowie auf die Tatsache hingewiesen, dass sie ununterbrochen im Entstehungsprozess begriffen sind. Das bezieht sich insbesondere auf die gegenwärtige Situation, wenn neben den „herkömmlichen“ Medienformen (wie Presse, Film, Rundfunk, Fernsehen), auch durch ihr Platzieren im Netz, remediatisierte Übertragungsformen bestehen (die nicht nur an eine neue Ontologie, sondern auch an neue Erkennungskontexte und Funktionsregeln gekoppelt sind) und insbesondere auch „Neue Medien“ existieren, die in den sozialen Medien zum Vorschein kommen. Die sogenannten „Neuen Medien“ sind in ihrer grundlegenden ontologischen Bedeutung gekennzeichnet durch digitale Methoden der Herstellung, Aufzeichnung, Aufbewahrung und Übertragung von Botschaften sowie durch eine hypertextuelle Sende- und Empfangsstruktur, potenzielle Übertragungsplanung (Programmiermöglichkeiten – Asynchronität zwischen Senden und Empfangen), Interaktivität, Kumulativität, globalen Umfang, des Weiteren auch durch Individualisierung der Zugangsmöglichkeiten und aktives Empfangsverhalten.

Es sei auch darauf hingewiesen, dass die gegenwärtige Medienentwicklung, verbunden mit ihren von bisherigen Relationen abweichenden Verhältnissen zur anthropologischen und kultursozialen Umgebung, zum Entstehen weiterer, noch „neuerer“ Medienformen geführt hat. Im heutigen Kulturraum tauchen nämlich Informationstechniken auf, die einen im mobilen Raum handelnden Nutzer begleiten und zur Herausbildung neuer hybrider Verbindungen und kommunikativer Konfigurationen beitragen. Gemeint sind hier die sog. „Postmedien“, d. h. Technologien, dank denen der digitale Code, IT-Daten, materieller Raum (Zirkulationsraum für die Daten) und die in Bezug auf die genannten Bereiche

(hauptsächlich mit mobilen Anwendungen) unternommenen menschlichen Handlungen drahtlos miteinander verbunden werden. Für die „Mobilitätswende“ ist eine so starke Raumsättigung mit dem IT-Code charakteristisch, dass dieser Code überall anwesend ist und uns praktisch allseits umgibt (Celiński 2013: 35). Es handelt sich hier um einen Raum der nahtlosen, unsichtbaren Technologie, die weder auffällt noch das Nutzerbewusstsein in Anspruch nimmt, dafür aber völlig funktionsfähig ist. Das drahtlose Kommunikationssystem stellt in diesem Raum einen grundlegenden Bindestoff für Relationen zwischen mobilen Medien, kommunikationsfähigen Gegenständen, externer Umgebung (die den Datenfluss ermöglicht) und dem handelnden Menschen (ausgerüstet mit entsprechenden Anwendungen) dar (Nacher 2016: 71).

Ich will es jedoch deutlich hervorheben, dass alle Medien, unabhängig davon, wie sie bezeichnet werden („alte Medien“, „neue Medien“, „Postmedien“), am Kreieren des gesellschaftlichen Diskurses gemeinsam beteiligt sind, der hier als ein über den Einzelnen hinausgehendes Generieren und Verhandeln von Bedeutungen in Kommunikationsprozessen aufgefasst wird. Zugleich sind sie alle jeweils für die Bildung von medialen Weltbildern zuständig (vgl. Skowronek 2013), d. h. sie beeinflussen nicht deterministisch das Konzeptualisieren von Erscheinungen der Wirklichkeit, deren Begreifen und Bewerten sowie die Sprachkonstruktionen, die für einzelne Medientexte kennzeichnend sind. Ich möchte hier die kognitiven Eigenschaften von Medien deutlich hervorheben, sie können nämlich gewissermaßen als „sinngabende Maschinen“ betrachtet werden. In dem von mir geförderten Modell der Medienlinguistik stützt sich das Funktionieren aller Medien auf kognitiv-sprachliche Handlungen kreativer Natur. Sie bestehen darin, dass die in der gemeinsamen Kulturbasis bestehenden sprachlichen Weltbilder ideologisch modifiziert / reinterpretiert / profiliert werden sowie darin, dass auf dieser Grundlage entsprechende Realitätsvorstellungen – also eben mediale Weltbilder – zielbewusst gebildet werden (Skowronek 2013: 63–64).

Und auch wenn es ja keinem Zweifel unterliegt, dass das bequemste – weil ordnende, operative und Nutzererfahrungen entsprechende – Kriterium für die Ausgliederung einzelner Medien die Medientechnik selbst ist (sichtbar in der Presse, im Film, Fernsehen, im Hypertext sowie in den neuen Medien und Postmedien), so muss festgehalten werden, dass jegliche „Geräte erst durch kommunikatives Handeln zu Medien werden“ (Luginbühl 2016:12). Somit werden heutzutage beim Definieren der Medien selbst eben gesellschaftlich zu realisierende Kommunikationsstrukturen und damit zusammenhängende Protokolle, d. h. offene Sammlungen von gesellschaftlichen, mit Medientechniken verbundenen und um sie herum orientierten Nutzungspraktiken (Coldry 2010: 98) am wichtigsten. Die Vielfalt der bestehenden Nutzungsmodelle stellt gerade das weitere Symptom der Erscheinung dar, mit der der starke Einfluss des technokulturellen

„Heute“ auf den medienlinguistischen Forschungsbereich also auf das herkömmliche Medienverständnis erst sichtbar wird. Denn je nach seinen Kompetenzen, Gewohnheiten, Bedürfnissen, Präferenzen und dem Zugang zu Medien vertritt jeder Kulturnutzer abweichende, jeweils individuell geprägte Modelle der „Inanspruchnahme“ einzelner Technologien (bzw. kann vertreten). Die Medien von heute werden somit durch einen Erfahrungskomplex, bezogen auf eine konkrete Empfangsaktivität, d. h. deren Nutzung am meisten definiert.

Vor diesem Hintergrund kann in Bezug auf herkömmliche Medien (insbesondere auf das Fernsehen) vor allem von der Erscheinung der Atomisierung und einer weltanschaulichen Polarisierung medialer Kommunikationsgemeinschaften gesprochen werden (Skowronek 2013: 119), in denen nur nach solchen Inhalten gesucht wird, die ihre bisherigen Anschauungen stärken bzw. bestätigen. Eine gegebenenfalls fehlende weltanschauliche Übereinstimmung der Medienbotschaft mit dem in der gegebenen Gemeinschaft anerkannten (auch sprachlichen) Weltbild führt häufig zur Ablehnung des Inhalts einer Botschaft. Solche Erscheinung ist in den neuen Medien noch gestärkt worden, besonders in den sozialen Medien. Diese stellen ein Beispiel für ein völlig neues Modell der Wissenserzeugung und Informationsübermittlung dar, einer Information, die nicht mehr vom institutionellen Mediensender bestimmt wird, sondern einen privaten Charakter hat. Das hängt mit bestimmten, darunter auch negativen Konsequenzen zusammen, hauptsächlich in Form gesellschaftlicher Polarisierung und der Verbreitung von Postwahrheit. In ihren Gemeinschaften stark integrierte Netznutzer nehmen Botschaften durch die Brille der sozialen Medien entstammender Meinungen wahr und betrachten sie als kohärente Wirklichkeitsbilder, indem sie sich diese in der Regel zu eigen machen, ohne jegliche Erkenntnisdissonanz zu empfinden. Und je stärker die Emotionen sind, die das Kreieren, Übersenden und Empfangen solcher Medieninhalte begleiten, desto niedriger ist die Fähigkeit, die darin vermittelten Tatsachen sachgemäß und vernünftig zu bewerten (vgl. Skowronek 2019). In Bezug auf neue Medien und Postmedien kann dagegen abgekürzt gesagt werden, dass das allgemeine Anschließen zugleich ein allgemeines Zerstreuen bedeutet. Der gesellschaftliche Diskurs wird dann zu einer Summe unzähliger individualisierter Akte der Mikrokommunikation, die im Bereich heute aneinandergesetzter Sphären funktionieren: der technologischen, sozialen und anthropologischen Sphäre (vgl. Celiński 2013). In den „älteren“ Medien waren diese Sphären separat vorhanden, im „postmedialen“ Raum und mobilen Anwendungen, in der netzlosen Nachrichtenübermittlung sowie im ununterbrochenen *Online-Sein* weisen sie jedoch völlig durchlässige Grenzen auf.

Vor dem Hintergrund der obigen Ausführungen wird somit deutlich sichtbar, dass in erster Linie der Begriff ‚Medien‘, mit dem der Bereich und der erste Bestandteil der Disziplinbezeichnung Medienlinguistik bestimmt wird, den am

weitest reichenden Umwandlungen und Neudefinitionen unterlag. Daher scheint es begründet zu sein, anstatt des Terminus ‚Medien‘ die Bezeichnung ‚Medien-diskurse‘ zu verwenden, die einen breiteren Umfang hat und in der viele sowohl technisch- als auch kontextdeterminierte Variablen mitberücksichtigt werden. Und obwohl der Diskurs-Begriff bedeutungsmäßig polymorphen Charakter hat (unterschiedlich definiert wird), ergibt sich die Anwendbarkeit dieses Begriffs in der Medienlinguistik aus der Annahme einer Außenperspektive von Linguisten, in deren Rahmen per definitionem die Analyse der verbalen Schicht von Medienbotschaften mit einem breit gefassten (gesellschaftlichen, kulturellen, ideologischen, medialen) Kontext verbunden wird. Maria Wojtak definiert den Diskurs synthetisch als „eine Gesamtheit kommunikativer Praktiken, die mit einem bestimmten Bereich menschlicher Aktivität zusammenhängt. Ein solches Herangehen an diese Erscheinung lässt in der Auffassung des Diskurses zugleich Sprachgebrauch, Kommunikationsereignis oder Interaktion miteinander verbinden“ (Wojtak 2015: 34). Falls das „Kommunikationsereignis“ das Konstruieren der Botschaft mit bestimmten Medientechniken darstellt, das an bestimmte Empfangsgemeinschaften gerichtet wird, dann kann von einem Begriff des „Mediendiskurses“ gesprochen werden. Mit solchem diskursiven Herangehen an die Medien wird das Modell der mediatisierten Kommunikation als Raum für ein Zustandekommen individueller und gesellschaftlicher Dialoge und Poliloge realisiert. Dieses Model bedeutet einen ununterbrochenen, verallgemeinerten kommunikativen Austausch zu unterschiedlichen gesellschaftlich relevanten Themen (Lisowska-Magdziarz 2019: 416). Ich gehe daher, mit Żydek-Bednarczuk gesprochen, von der Annahme aus, dass „der Mediendiskurs ein Kommunikationsereignis ist, das durch gesellschaftliche, kulturelle, politische Umstände begleitet wird. Er stellt zugleich ein Werkzeug der gesellschaftlichen Praktiken und Machtausübung dar. (...) Er wird hauptsächlich mit Hilfe von kontextuellen und nicht von strukturellen Faktoren definiert“ (Żydek-Bednarczuk 2013: 188).

Der ganzheitlich aufgefasste Mediendiskurs ist natürlich als ein Oberbegriff zu betrachten, der mit seinem Umfang das Gesamtspektrum möglicher, spezialisierter Mediendiskurse umfasst. Eine Grundlage für deren Ausgliederung bildet stets, bei allen oben angedeuteten Mehrdeutigkeiten, „der technisch-technologische Rahmen (...), innerhalb dessen sprachliche Kommunikationsprozesse zustande kommen“ (Wojtak 2019: 54). Daher kann heute immer noch von einem presseorientierten Mediendiskurs, von einem filmorientierten Mediendiskurs (vgl. Skowronek 2020), von einem rundfunkorientierten oder fernsehorientierten sowie von einem internetorientierten Mediendiskurs wie auch in einer mehr präzisierten Auffassung von Iwona Loewe: von einem hypertextuellen Mediendiskurs (Loewe 2018: 27) die Rede sein. Ich glaube, dass heute auch der Diskurs der neuen Medien (der sozialen Medien) sowie der Postmedien den medialen

Diskursen zuzuordnen ist. Ihre sprachlichen Realisierungen funktionieren auch – unabhängig von dem Format und der Form des Auftretens – in einem bestimmten technisch-technologischen Rahmen und sind eindeutig als ein Element des medialen Kommunikationsereignisses zu betrachten. In solchen Fällen ist jedoch eine performative Erfahrung, ein Prozesscharakter der Relation zwischen dem Menschen, dem IT-Code und der externen Umgebung am wichtigsten, weniger relevant ist dagegen der stabile sprachliche Text, der ein „Produkt“ medialer Repräsentation ist. Ein medienlinguistischer Forscher muss heute auf die Analyse eben solcher Erscheinungen gefasst sein.

## II.

Wie oben zu zeigen versucht, soll in der Medienlinguistik vor allem der Forschungsbereich einer ständigen Reflexion und gegebenenfalls dem Umdefinieren unterliegen. Der **Forschungsgegenstand** erscheint dagegen in der Medienlinguistik als der verhältnismäßig stabilste Bereich, im Rahmen dessen jegliche sprachlichen Erscheinungen eingeschlossen sind, deren Form und Funktion einzelne Mediendiskurse bestimmen. Es sei hervorzuheben, dass eine natürliche Schicht aller Mediendiskurse ihre sprachlichen Realisierungen darstellen, d. h. die verbale Schicht, die einen natürlichen Teil des polysemiotischen Kommunikations ausmacht. Die Realisierungen bilden „den sprachlichen Mediendiskurs“, der verständlicherweise im Hauptinteresse der medienlinguistischen Forscher liegt. Der „sprachliche Mediendiskurs“ wird hier als eine verbale Schicht von Kommunikationsereignissen definiert, die einen Teil einzelner, durch konkrete Technologie determinierte und in bestimmten Kontexten funktionierende Mediendiskurse ausmachen. In meiner früheren Monografie *Mediolingwistyka. Wprowadzenie* (Skowronek 2013; *Medienlinguistik. Eine Einführung*) habe ich anstatt der „sprachlichen Mediendiskurse“ als Kategorie, die den ganzheitlichen Mediendiskurs ordnet, die „sprachlichen medialen Varianten“ genannt, indem ich mich der frühen Klassifizierung von Żydek-Bednarczuk (2004) bediente. Und obwohl die „mediale Variante“ in manchen Abhandlungen als eine weitere stil-funktionale sprachliche Variante, als „unentbehrlicher Bestandteil des Kulturkapitals und der sprachlich-kommunikativen Kompetenz des polnischen Bürgers von heute sowie als relevanter Bestandteil des Polnischen im 21. Jahrhundert“ vorkommt, (vgl. Kita 2017: 73), so bin ich der Meinung, dass der Begriff der „sprachlichen medialen Varianten“ auch wenn wohl nützlich, aber bedeutungsmäßig zu eng sowie zu stark auf funktionale Stile ausgerichtet ist. Schwierigkeiten erscheinen schon in Bezug auf die Terminologie selbst, auf die Art und Weise, den Status einzelner Varianten, den Umfang ihrer Charakteristik bzw. gegenseitige Relationen zu

bestimmen (vgl. Wojtak 2019: 55). Zur Zeit ist für mich der Standpunkt überzeugend, dass es, wenn es sich um einen anderen Stil handeln sollte, keine Möglichkeit gibt, die innersprachlichen oder sogar textinternen Teile zu identifizieren, die verschiedenen in diesem Stil produzierten Aussagen gemeinsam sind. Denn die sprachlich-kommunikativ sehr unterschiedlichen Texte einer bestimmten medialen Variante haben nur eine textexterne Komponente gemeinsam, nämlich die technologische Entlehnung über ein bestimmtes Medium (vgl. Loewe 2014: 12).

Eine konkrete Realisierung des sprachlichen medialen Diskurses stellt immer der Text dar, der in der breiten funktional-kulturellen Auffassung alles, was eine sinngemäße Bedeutung infolge semiotischer Praktiken erzeugt und in einem Empfangsakt jeweils zu einer kohärenten Ganzheit wird, vereint (Barker 2005: 525). Die grundlegende Determinante der Textualität ist die Fähigkeit, Bedeutungen zu generieren, und zwar unabhängig von der Art und Anzahl der eingesetzten semiotischen Systeme sowie von gegenseitigen Relationen zwischen ihnen. Eine so aufgefasste Zeichenrealisation kann „Mediotext“ („Medientext“), also ein multimodales Erzeugnis von Medien, ein Finalteil eines gegebenen Mediendiskurs genannt werden (vgl. Loewe 2018: 19). Es unterliegt somit keinem Zweifel, dass jede mediale Narration immer polysemisch, also multimodal ist. Die semiotischen Systeme eines jeden Mediums, jede seiner Übertragungsschichten (einzelne Modi, d. h. jegliche semiotischen Systeme, die der Sinnübertragung dienen) interagieren miteinander in vielfältiger Weise und bilden ein semantisches Ganzes. Das Zusammenspiel der Informationsströme, die auf den Nutzer einströmen, ihre Wechselwirkung und das Durchdringen dieser Ströme bedeuten jedoch, dass die einzelnen Ebenen nicht voneinander losgelöst betrachtet werden können. Dies ist heute eine der rudimentären Annahmen in der medienlinguistischen Forschung. Auf dieses Thema werde ich später noch zurückkommen.

In meinen früheren Ausführungen habe ich versucht, die potenzielle innere Differenzierung des Mediendiskurses sowie verschiedenartige Variablen zu zeigen, die ihn beeinflussen. Erwähnenswert sind jedoch hier diejenigen Aspekte, die einzelne sprachliche Mediendiskurse vereinen, ungeachtet der sie kennzeichnenden Abweichungen. Ich meine nämlich Gebiete, auf denen sich kulturgesellschaftliche Erscheinungen durchschneiden und aufeinander auswirken und zugleich die verbale Form aller medialen Übertragungen deutlich beeinflussen. In den medienlinguistischen Analysen dürfen diese Variablen nicht übersehen werden, denn sie sind, meiner Meinung nach, für den gesamten Diskurs in Polen kennzeichnend. Es werden hier folgende Faktoren gemeint:

1. „Digitale Konvergenz“ (Internetisierung), was bedeutet, dass das Web (heute vor allem drahtlos) als dominierender Kommunikationsraum zum Bezugspunkt für alle bestehenden Medien, einschließlich der neuen und der Postme-

dien, sowie für die sie kennzeichnenden sprachlichen und kommunikativen Formen wird. Mit dem Internet wurden (und werden immer noch) einzelne Technologien, verbale und kommunikative Formen „remediatisiert“ und in neue Funktions- und Nutzungskontexte eingebettet, wodurch die „Eigentümlichkeit“ einzelner Medien - der „alten“ und der „neuen“ immer mehr illusorisch wird.

2. „Ideologisierung“, was bedeutet, dass alle Medien ideologisch motivierte spezifische Wirklichkeitsbilder – mediale Weltbilder – mitsamt ihrer versprachlichten (multimodalen) Ausgestaltung produzieren; dabei handelt es sich oft sogar um programmatische (vor allem von Seiten der Medienanbieter) weltanschauliche Eindeutigkeit.
3. „Axiologisierung“ (in engem Zusammenhang mit der Ideologisierung), was bedeutet, dass die Medien durch die angemessene Bewertung von Elementen der Welt sowohl individuelle als auch überindividuelle Emotionen „verwalten“; sie evozieren soziale „Glückseligkeit“ oder schaffen Zustände der Bedrohung und/oder „der moralischen Panik“.
4. „Das Fatische der Kommunikation“, was bedeutet, dass die wichtigste pragmatische Makrointention der Medienbotschaften von heute darin besteht, „gehört, gesehen, gelesen zu werden“. Das Fatische in den Medien ist als Zusammenspiel der Anreizfunktion (Kontaktaufnahme) und der auslösenden Funktion („Aufforderung“ an die Teilnehmer des medialen Kommunikationsaustauschs, die Rolle des Senders und des Empfängers zu übernehmen) zu verstehen.
5. „Institutionelle Differenzierung“, was bedeutet, dass verschiedene Medieninstitutionen nebeneinander funktionieren, die aufgrund ihrer institutionell-formalen Eigenart (private/kommerzielle/öffentliche/nicht-kommerzielle Medien) in einer bestimmten Art und Weise für sich geeignete Botschaften profilieren (mediale Bilder der Welt schaffen, die ihren ideologischen Annahmen entsprechen, zusammen mit ihren Textdarstellungen).
6. „Empfängerbezogene Differenzierung“, was bedeutet, dass der Medienraum angesichts des Phänomens der so genannten Partizipationskultur zersplittert und in viele, sowohl ideologisch als auch kompetenzmäßig differenzierte Diskursgemeinschaften (oft weltanschaulich und kommunikativ miteinander unvereinbar) aufgeteilt ist. Jede dieser Interpretationsgruppen verfügt über „ihre“ Medien und die jeweils für sie angemessenen Kommunikationstypen und gemeinschaftlich geteilten sprachlichen und medialen Weltbilder.
7. „Kommerzialisierung“ und „Ludizität“, was bedeutet, dass alle Medienbotschaften (unabhängig von ihrer jeweils primären Funktion, z. B. informativ oder journalistisch) in den Diskurs des Konsumismus eingebettet sind und in erster Linie Unterhaltungsfunktionen erfüllen. Ihr Hauptziel ist es, die

Aufmerksamkeit des Empfängers auf sich zu ziehen, was wiederum mit der Raumschaffung für potenzielle Werbepartner verbunden ist. Dies ist unter anderem der Grund für die Betonung des Fatischen in der Medienkommunikation.

8. „Sprachlich-kommunikative Hybridisierung“, was bedeutet, dass Medienbotschaften und die dazugehörigen Diskurse durch formale, textsortenspezifische und pragmatische Redundanz sowie durch eine Vielzahl von Stilen, Kommunikationstypen und multimodalen Hybridformen gekennzeichnet sind, die Merkmale verschiedener sprachlicher und außersprachlicher Kommunikationsformen und -modelle kombinieren.

### III.

Bei der Diskussion über die Forschungsmethode in der Medienlinguistik muss man mit einer grundlegenden, ja sogar definierenden Feststellung beginnen, dass eine der wichtigsten methodologischen Determinanten der betreffenden Disziplin ihre Transdisziplinarität ist (die sich vor allem aus der Verknüpfung von Medienwissenschaft und Linguistik ergibt), funktional verbunden mit einem interdisziplinären Ansatz. Dies liegt vor allem an der Besonderheit des Forschungsgebiets, d. h. am Wesen der sprachlichen Mediendiskurse. Die weitgehende methodologische Offenheit der Medienlinguistik ergibt sich auch aus der semiotischen ‚Redundanz‘ der Medientexte. Ihre verbale Form, die sich oft traditionellen Beschreibungen entzieht, kann den Einsatz vieler – manchmal eng spezialisierter – Forschungsansätze erforderlich machen. Deshalb ist bei medienlinguistischen Untersuchungen stets von Multimethodologie, Multivarianz der Ansätze und von der Souveränität der Forscher auszugehen, die voneinander unabhängig über die Form der gewählten Forschungslinie entscheiden können. Der polyphone Charakter der Medienkommunikation ruft natürlich auch den polyphonen Charakter der Forschungsverfahren hervor. So lässt sich beispielsweise eine bestimmte linguistische Methodologie, die bei der Analyse von Filmdialogen angewandt wird, nicht vollständig auf die Untersuchung von Posts auf Twitter oder in mobilen Anwendungen übertragen, die für Postmedien charakteristisch sind.

Die Medienlinguistik ist also per definitionem ein Projekt, das methodologisch gesehen für verschiedene Formen der sprach- und medienwissenschaftlichen Forschung offen ist – nicht, weil ihre theoretische Fundierung Defizite aufweisen oder es an einem präzisen Forschungsinstrumentarium fehlen würde, sondern weil sich die Analysebereiche (Medien und Sprache / Sprache und Medien) ständig verändern und mit neuen Erkenntnissen angereichert werden. Darüber hinaus muss der Medienlinguist auf das Auftauchen bisher unbekannter

sprachlicher Phänomene vorbereitet sein, einschließlich solcher aus Nischenbereichen, die ‚anders‘ sind als die übliche Art und Weise, sich auszudrücken und einander zu verstehen. Dies gilt heute vor allem für die neuen Medien (insbesondere für die sozialen Medien) und die Postmedien. Aus diesen Annahmen ergeben sich bestimmte Konsequenzen für die Forschung. Ein Medienlinguist muss bei seinen Analysen die verbale Ebene der Äußerung mit anderen Modalitäten (semiotischen Bereichen: Ikonographie, Farbe, Typographie, bewegtem Bild, Ton usw.) und mit dem breit gefassten kulturellen und sozialen Kontext verbinden. An dieser Stelle möchte ich auf die bereits erwähnte Kategorie der Multimodalität zurückkommen, eine der wichtigsten in der Methodologie der Medienlinguistik. Es sei noch einmal darauf hingewiesen, dass alle Medienbotschaften niemals eine einfache Summe aus Bild-, Ton- und Wortnarration bilden, sondern das Ergebnis ihrer gegenseitigen Durchdringung, Beeinflussung und Verflechtung darstellen. Jeder Medientext ist ein Geflecht aus verschiedenen Modalitäten. Dank der multimodalen Forschung ist es möglich, die reiche und vielfältige ‚Tektonik‘ der Schichten eines Medientextes aufzudecken, die einzelnen Modalitäten in ihrer semiotischen Strukturierung zu zeigen.

Die sprachliche Ebene eines bestimmten Mediendiskurses kann daher nur theoretisch als autonom behandelt werden, in der Praxis ist sie immer ein Teil, der eng mit der gesamten Botschaft und ihren anderen Codes vernetzt ist. Wie Maria Wojtak zu Recht bemerkt, waren die Analysen der Mediensprachen in Polen bisher von einem eindeutigen Logozentrismus (in einigen Werken ist dies immer noch der Fall) und einem „disziplinären Separatismus“ geprägt. Sprachwissenschaftler, die sich mit Medienwissenschaft befassen, neigen dazu, auf den eigenen Forschungsbereich konzentriert zu bleiben und voneinander getrennt zu arbeiten. Sie besetzen einen Teil des medienbezogenen Forschungsraums und ordnen ihn auf ihre eigene Weise“. Sehr oft „haben Linguisten den Untersuchungsgegenstand aufbereitet und ihm eine reine Laborform gegeben, sie haben Eigenschaften der in den Medien verwendeten Sprache beschrieben“ (Wojtak 2019: 46–48). Sie nennt eine solche Haltung zutreffend „hegemonisch“. Ein solcher „Hegemon-Linguist hatte einen streng (aus heutiger Sicht manchmal zu streng und eng) abgegrenzten Forschungsgegenstand, präzise ausgewählte und geprüfte Methoden, klar definierte Bereiche und Ziele der Analyse“ (Wojtak 2014: 166). In dem von mir praktizierten Modell der Medienlinguistik kann die Sprache nicht als ein von der Medienbotschaft, zu der sie gehört, isoliertes Präparat untersucht werden - und das gilt für die Analyse der Verbumbühne in jedem Mediendiskurs. Man muss sich einfach vor dem „methodologischen Imperialismus“ hüten, also vor dem Ziehen scharfer Grenzen durch bestimmte (Teil-)Disziplinen der Medienwissenschaft und der Linguistik, und vor der Überzeugung, dass allein deren Instrumente für die Beschreibung von Medientexten angemessen sind.

In der medienlinguistischen Forschung ist es auch immer wichtig, das Weltbild eines bestimmten Mediums zu erkennen und zu berücksichtigen, seinen Charakter, seine Sende- und Rezeptionsspezifika, seine technologischen und kulturellen Funktionskontexte, seinen modellhaften kommunikativen und kognitiven Stil. Wenn also die Medien heutzutage die Grundlage für das Denken über die Welt sind, ist es selbstverständlich, in der Forschungstätigkeit eine ausgereifte linguistische Reflexion mit einer objektiven, unvoreingenommenen, nicht wertenden medienwissenschaftlichen Reflexion zu verbinden. Nur so ist es möglich, Sprache und Medien zu verstehen und zu zeigen, wie sie funktionieren, wie sie Bilder von der Welt erzeugen und wie sie mit der existenziellen Erfahrung des Einzelnen verbunden sind.

Eine weitere methodologische Grundlage für die von mir vertretene Idee der medienlinguistischen Forschung ist die Umsetzung der Annahmen der „kritischen Linguistik“, die nicht nur darauf abzielt, die strukturellen und formalen Elemente eines gegebenen medienmotivierten Textes zu beschreiben, sondern vor allem darauf, seine weitergehenden Bezüge zu sozialen, historischen, kommunikativen, politischen, ideologischen, kulturellen und natürlich auch medientechnischen Prozessen aufzuzeigen. Ein kritischer Ansatz in der Medienlinguistik ergibt sich logisch aus den theoretischen Grundannahmen der hier charakterisierten Teildisziplin. Ich möchte diese wiederholen: Die Medien sind heute der wichtigste Teil der Kultur, die Basis des universellen Kommunikationsaustauschs, sie sind sowohl nationale als auch korporative Institutionen, die immer irgendwie ideologisch, finanziell und organisatorisch abhängig sind. Es besteht kein Zweifel daran, dass die Medien nie „Übermittler“ neutraler Informationen waren, sondern stets ein Element der Relationen zwischen einer bestimmten Weltanschauung, der Macht und verschiedenen Formen des semiotischen Ausdrucks darstellten. Schließlich sind sie auch epistemologische Gebilde, die durch die Gestaltung medialer Weltbilder allgemeine Konzeptualisierungen der Wirklichkeit (mit)schaffen. Ich möchte jedoch nachdrücklich betonen, dass ich die kritische Analyse des Mediendiskurses auf politisch neutrale Weise betrachte. Kritische Analysen sollten durchaus dazu dienen, die persuasive Dimension von Medienbotschaften aufzudecken und zu beschreiben: wie sie die kulturellen, ästhetischen, wirtschaftlichen, sozialen sowie politischen Zielsetzungen bestimmter gesellschaftlicher Gruppen zum Ausdruck bringen; wie sich wiederum der ungleiche Zugang mancher Gemeinschaften zu den Medien offenbart; wie sich schließlich machtpolitische Beziehungen und die Betonung und Festigung der eigenen Position der Machthaber in der gesellschaftlichen Hierarchie gestalten (vgl. Lisowska-Magdziarz 2006: 19).

Ich bin auch der Meinung, dass Analysen der verbalen Ebene einzelner Mediendiskurse in erster Linie idiographischer Natur sein sollten, d. h. auf die

Beschreibung individueller und einzigartiger Phänomene gerichtet sein sollten, die bestimmte Medientexte charakterisieren. Allerdings werden nomothetische Ansätze von mir nicht abgelehnt, die auf die Aufdeckung universeller, allgemeiner Strukturen und Mechanismen abzielen, die für eine ganzheitlich gesehene Sprache in spezifischen Mediendiskursen typisch sind. Das Problem besteht jedoch darin, dass nomothetische Ansätze meiner Meinung nach zu stark zu ganzheitlichen, systemischen, „übertextlichen“ Auffassungen tendieren.

Abschließend möchte ich auf die eingangs formulierte Feststellung zurückkommen, dass die Medienlinguistik nicht nur in Polen, sondern auch in vielen anderen Ländern, insbesondere in Deutschland und Russland, erfolgreich betrieben wird. Ein wichtiges Postulat für die polnische Medienlinguistik ist daher die kontrastive und vergleichende Forschung. Generell gesehen war die interkulturelle Perspektive in unseren Analysen bisher nur wenig präsent. Dieser Ansatz könnte „die medienlinguistische Forschung (durchaus) bereichern, indem er einen umfassenden Blick auf kommunikative Formen und Funktionen in lokalen und globalen Kontexten vermittelt“ (Opiłowski, Jarosz, Staniewski 2015: 12).

Übersetzung aus dem Polnischen: Iwona Szwed (Uniwersytet Rzeszowski)

## Bibliografie

- Barker Chris (2005): *Studia kulturowe. Teoria i praktyka*. Kraków. Übersetzt von A. Sadza.
- Celiński Piotr (2013): *Postmedia. Cyfrowy kod i bazy danych*. Lublin.
- Coldry Nick (2010): Media w kontekście praktyk. Próba teoretyczna. *Kultura popularna*, 1 (27), 96–113.
- Kita Małgorzata (2017): Pozycja odmiany medialnej wśród innych odmian językowych polszczyzny. *Studia Medioznawcze*, 1 (68), 67–73.
- Lisowska-Magdziarz Małgorzata (2006): Dyskurs. In: Pisarek Walery (ed.): *Słownik terminologii medialnej*. Kraków, 40–41.
- Lisowska-Magdziarz Małgorzata (2019): *Znaki na uwięzi. Od semiologii do semiotyki mediów*. Kraków.
- Loewe Iwona (2014): Dyskurs medialny – przegląd stanowisk badawczych. *Forum Lingwistyczne*, 1, 9–16.
- Loewe Iwona (2018): *Dyskurs telewizyjny w świetle lingwistyki mediów*. Katowice.
- Luginbühl Martin (2016): Rozmowa na temat mediolingwistyki z prof. Evą Marthą Eckkrammer, prof. Martinem Luginbühlem i prof. Bogusławem Skowronkiem. *tekst i dyskurs – text und diskurs*. Band 9, 11–18.
- Nacher Anna (2016): *Media lokacyjne. Ukryte życie obrazów*. Kraków.
- Opiłowski Roman, Jarosz Józef, Staniewski Przemysław (2015): Wstęp – cel antologii, zarys badań, tematyka artykułów. In: Opiłowski Roman, Jarosz Józef, Staniewski Przemysław (Hrsg.): *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*. Wrocław-Dresden, 7–19.
- Skowronek Bogusław (2013): *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Kraków.
- Skowronek Bogusław (2017): O definiowaniu mediów w mediolingwistyce. In: Filar Dorota, Krzyżanowski Piotr (Hrsg.): *Barwy słów. Studia lingwistyczno-kulturowe*. Lublin, S. 713–726.

- Skowronek Bogusław (2019): Media społecznościowe – nowe oblicze komunikacji medialnej? In: Czempka-Wiewióra Maria, Kalisz Aleksandra, Ślawska Magdalena (Hrsg.): *Komunikacja ponad granicami*. Katowice, 97–105.
- Skowronek Bogusław (2020): *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne*. Kraków.
- Stöckl Hartmut (2015): Lingwistyka mediów. O statusie i metodach (wciąż) konstytuującej się dyscypliny badawczej. In: Opiłowski Roman, Jarosz Józef, Staniewski Przemysław (Hrsg.): *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*. Wrocław – Dresden, 23–44.
- Wojtak Maria (2014): Językoznawca na medialnym polu badawczym. In: *Stylistyka*, XXIII, 163–178.
- Wojtak Maria (2015): *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*. Lublin.
- Wojtak Maria (2019): O lingwistycznych fundamentach badań medioznawczych – zarys problematyki. In: Wolny-Zmorzyński Kazimierz, Lewicki Arkadiusz (Hrsg.): *W poszukiwaniu fundamentów nauk o mediach*. Wrocław, 45–56.
- Żydek-Bednarczuk Urszula (2004): Zmiany w zachowaniach komunikacyjnych a nowe odmiany językowe (odmiana medialna). In: Michalewski Kazimierz (Hrsg.): *Współczesne odmiany języka narodowego*. Łódź, 99–106.
- Żydek-Bednarczuk Urszula (2013): Dyskurs medialny. In: Malinowska Ewa, Nocoń Jolanta, Żydek-Bednarczuk Urszula (Hrsg.): *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*. Katowice, 179–198.