

## **TEXTSORTE, KOMMUNIKATIVE GATTUNG ODER MEDIENFORMAT? ALTER WEIN IN NEUEN SCHLÄUCHEN?**

*Anna Hanus, Marta Smykała*

Universität Rzeszów (Polen)

## **TEXT GENRE, COMMUNICATIVE GENRE OR MEDIA FORMAT? OLD WINE IN NEW BOTTLES?**

*Anna Hanus, Marta Smykała*

University of Rzeszów (Poland)

<https://doi.org/10.60055/GerSk.2025.izv.1.76-92>

*Abstract:* Abstrakte Muster von Zeichenkomplexen, die die Verarbeitung konkreter Kommunikationsformen erleichtern und prägen, werden von Sprach-, Kommunikations- sowie Medienwissenschaftler\*innen vorwiegend mit Begriffen wie *Textsorte*, *kommunikative Gattung* oder *Medienformat* in Verbindung gebracht. Unser Ziel ist es, die genannten Termini aus unterschiedlichen Perspektiven zu beleuchten, Beziehungen zwischen ihnen aufzuzeigen sowie ihre potenziellen Lesarten herauszuarbeiten, die es eventuell ermöglichen, sie auseinander zu halten.

*Schlüsselwörter:* Format, Gattung, Textsorte, Medien, Kommunikation

*Abstract:* Abstract patterns of complex symbols that facilitate and shape the processing of given forms of communication are primarily associated by linguists, communication scholars, and media researchers with terms such as *text genre* [Textsorte], *communicative genre* [*kommunikative Gattung*], or *media format* [Medienformat]. Our goal is to illuminate these terms from various perspectives: to show relationships between them, and to highlight their potential interpretations that might enable their differentiation.

*Keywords:* format, genre, type, media, communication

## 1. Einführung

Seit einigen Jahrzehnten werden textsortenlinguistische Untersuchungen nicht mehr so intensiv betrieben. So sind Textsorten sowohl in der polonistischen Linguistik als auch in den deutschsprachigen Ländern immer seltener Forschungsgegenstand. Stattdessen wird über Kommunikate und Formate gesprochen und dafür plädiert, sich lieber verschiedenen Domänen gesellschaftlichen Handelns zuzuwenden. Sollte aber auf die Untersuchung, Beschreibung und Charakterisierung von immer komplexeren Kommunikationsformen verzichtet werden? Wenn beide Parteien des kommunikativen Austausches wissen, was ein Wetterbericht, eine Rezension, eine Nachrichtensendung, ein Online-Chat, ein Tweet oder ein wissenschaftlicher Vortrag ist, so trägt dieses gemeinsame Wissen entscheidend dazu bei, dass Verständigung in verschiedenen Kommunikationssituationen überhaupt gelingen kann, und zwar auf der Basis standardisierter und allseits gültiger Erwartungen. In der linguistischen Forschung war das Universum der in der Textsortenlinguistik untersuchten Textsorten relativ übersichtlich, bis das breite Spektrum der neuen Medienformen auftauchte. Eine besondere Verwirrung stifteten Formate aus dem Bereich der Fernsehproduktion. Es scheint, dass die formatinduzierte Aufregung vorbei ist. Aber ist das wirklich der Fall?

## 2. Zielsetzung

Das Ziel des vorliegenden Beitrags besteht darin, den Begriff und Terminus (*Medien*)format aus unterschiedlichen Perspektiven zu beleuchten, d. h. seine potentiellen Lesarten zu extrapolieren und sie mit den Begriffen *Textsorte* und *Gattung* kontrastiv zu korrelieren. Wir wollen uns mit der Frage auseinandersetzen, ob eine kleine Vielfalt an Termini bei der Beschreibung des Medienuniversums im Rahmen der Textsortenlinguistik nötig ist. Dabei möchten wir gleich zu Beginn darauf hinweisen, dass wir nicht beabsichtigen, die Verwendungsweisen des Wortes zu kritisieren. Die Forschenden haben das Recht und die Pflicht, die Phänomene, die sie beschreiben, zu benennen. Das Wesen der Wissenschaft ist ebenfalls die Diskussion und das Aufeinandertreffen verschiedener Ansichten und Nomenklaturen. Aber in Anlehnung an eine Volksweisheit kann man sagen, dass *zwei* Pilze im Borschtsch-Gericht den *einen* überflüssig machen. Eine unnötige Anhäufung von Begriffen, die sich überschneiden oder sogar miteinander **unvereinbar** sind, verschafft nicht mehr Klarheit, sondern erschwert das Verständnis für ein Problem: „Begriffe schaffen Ordnung in unserem Denken, dadurch, daß sie Klassen von Objekten mit gemeinsamen Eigenschaften bereitstellen“ (Strube 1993, 319, zit. nach Vater 1999, 151). Eine terminologische Ordnung ist daher eines der Grundanforderungen und Ziele wissenschaftlicher Beschreibungsarbeit:

Begriffe wie *Format*, *Gattung*, *Darstellungsform*, *Textsorte*, *Genre*, *Regel*, *Muster* werden normalerweise herangezogen, wenn es darum geht, die Stabilität sozialer oder kommunikativer Ordnungen und Praktiken zu erklären. Die damit gekennzeichneten Strukturen oder Traditionen des Handelns geben den Kommunikatoren Orientierung für die Gestaltung ihrer Beiträge, den Rezipienten liefern sie Anhaltspunkte, wie diese Beiträge einzuordnen und zu verstehen sind. (Bucher / Gocking / Lehnens 2010, 10)

Wie dem Zitat über die Sinnhaftigkeit und Relevanz textsortenlinguistischer Untersuchungen zu entnehmen ist, trägt das regelgeleitete, strukturierte, auf Einheitlichkeit abzielende Ordnen und Beschreiben unterschiedlicher kommunikativer Praktiken dazu bei, Verständigung zwischen Gesprächspartner\*innen und Parteien des kommunikativen Austausches in verschiedenen Kommunikationssituationen zu ermöglichen. Und zwar auf der Basis standardisierter gegenseitiger Erwartungen.

### **3. Der Begriff *Format* und seine mehrfache(n) Verwendungsweise(n)**

*Format* ist ein gebräuchlicher Terminus, der auch in der Alltagssprache benutzt wird, aber selten klar definiert ist. Wir haben die Bedeutungsvarianten und unterschiedliche Verwendungsweisen von *Format* unter die Lupe genommen, um die ungleiche Ausprägung unterschiedlicher Verwendungsweisen des Begriffs zu identifizieren, zu dokumentieren und auseinanderzuhalten. Infolge der Recherche konnten wir drei, eher vier (weil eine Subvariante mitgerechnet) Verwendungsweisen des Terminus herausfiltern. Außer der technisch-formalen und materialorientierten Verwendungsweise, wird auch dann von *Format* gesprochen, wenn eine organisierte Struktur gemeint ist. Der Begriff wird auch gezielt mediengattungsübergreifend verwendet, um das Mediensystem zu strukturieren.

Die erstgenannte Verwendungsweise bezieht sich wohl auf die ursprüngliche Bedeutung des Begriffs, nämlich auf die Größe – Höhe und Breite – von Manuskripten, Büchern und anderen Printmedien. Mit *Format* wäre damit das [genormte] Größenverhältnis eines Gegenstandes nach Länge und Breite, ggf. auch Dicke / Stärke gemeint. Synonyme sind *Ausmaß*, *Form*, *Größenverhältnis*, *Maß*, *Umfang*. Die Bezeichnung wurde in Folge auf die Art der Speicherung von Daten (Mp3 als Musikformat, VHS als Videoformat, jpeg als Bildreproduktionsformat) ausgedehnt und bezieht sich auf die technische Realisierung wie innere Struktur einer Datei.

Der Begriff *Format* in der Bedeutung ‚organisierte Struktur‘ bezieht sich ferner auf TV- und Radiosendungen und deren Konzeption / Arrangement. So steht das Sendungsformat bei audiovisuellen Medien für ein Schema, nach dem

eine Sendung aufgebaut ist. Mithin lassen sich unserer Meinung nach zwei Ausprägungen bzw. Verwendungsweisen des Begriffs unterscheiden. Erstere ist eher marktorientiert und bezieht sich auf Medienformate, die mit einer Lizenzvergabe für ausgewählte Sendungen verbunden sind, die bestimmte Fernsehsender in unterschiedlichen Ländern bedienen und die an die entsprechenden Marktbedingungen einzelner Länder und Kulturen angepasst werden, vgl.: „eine marktorientierte, kommerzielle Gestaltungsweise von Medienangeboten [...], die eine effektive und zielgruppen-orientierte Produktion durch deren Serialisierung sicherstellen soll“ (Bucher / Gloning / Lehn 2010, 20; vgl. auch: Häusermann 1998, 92–94; Hickethier 2007, 205–207); oder weiter: „die gezielte, auf die Bedürfnisse des spezifischen Marktes abgestimmte Wahl von Struktur, Inhalt und Präsentation“ (Haas / Frigge / Zimmer 1991, 158). Medienformate als organisierte, schematisierte Strukturen gewährleisten damit einen hohen Wiedererkennungswert der zugehörigen Sendungen. Format beinhaltet also die unveränderlichen, strukturellen Elemente einer seriellen Produktion wie Moderation, Dramaturgie, Kennungen, Logos, Sendungsdesign, optische und akustische Signale, Sendeplatz etc., die alle zusammen sicherstellen sollen, dass einzelne Sendungen als Episoden einer Serie erkennbar werden und bleiben. Format adressiert so gesehen ein Sendegefäß, das sich mit an das jeweilige Publikum angepassten spezifischen Inhalten füllen lässt (vgl. Bucher / Gloning / Lehn 2010, 20). In dieser Bedeutung sind mit *Format* eine mediale Struktur und ein Gestaltungsmuster gemeint, d.h. „ein Schema, nach dem eine Sendung gebaut ist. Die Formatanalyse beschreibt (i) die Sendeform, (ii) den Erscheinungsrhythmus, (iii) den zeitlichen Umfang, (iv) die Aufmachung und den Aufbau der Sendung [...]“ (Muckenhaupt 1999, 43 f.). Ähnlich fasst es Gloning auf, indem er das Format als ein bestimmtes Ausgangsarrangement und einen medientechnischen Rahmen charakterisiert, die thematisch und funktional jedes Mal anders gestaltet, jedes Mal mit einem bestimmten Inhalt gefüllt, modifiziert und Veränderungen unterworfen werden können, die sich aus der Entwicklung eines bestimmten Mediums, z. B. des Fernsehens, ergeben (vgl. Gloning 2016, 467). Gloning zufolge nimmt das Format erst dann eine konkrete Form an, und es erfüllt erst dann eine bestimmte kommunikative Funktion, wenn es vom Absender mit einem in geeigneter Weise kommunizierbaren Inhalt gefüllt worden ist (vgl. Gloning 2011, 10).

Die dritte Verwendungsweise des Begriffs *Format* lässt sich bei Bucher / Gloning / Lehn finden: Sie bezeichnen damit das Ziel, das Mediensystem zu organisieren:

Der Begriff des Formats gehört zu einer umfassenden Familie von Begriffen, die zwar aus verschiedenen Theoretraditionen stammen, die aber dieselbe analytische Grundfunktion erfüllen sollen: Sie sollen Ordnung in die Vielfalt kommunikativer

Erscheinungsformen bringen sowie soziale Koordination erklären (Bucher / Gloning / Lehnens (2018, 18).

Und weiter heißt es:

Will man eine hierarchische Ordnung der Medienkommunikation erstellen, so würde sich eine dreistufige Einteilung anbieten. Man kann das Mediensystem in verschiedene *Mediengattungen* (Printmedien, Hörfunk, Fernsehen, Film, Internet etc.), diese in verschiedene *Formate* (Tageszeitung, Wochenmagazin, Fachzeitschrift, Special-Interest-Zeitschrift, Tabloid, Weblog, Podcast, Chat etc.), und diese wiederum in verschiedene *Genres, Kommunikations- oder Darstellungsformen* aufteilen. (Bucher / Gloning / Lehnens 2010, 19).

Nachstehend wollen wir diese Perspektive in den Blick nehmen.

#### 4. Formate und die Aufteilung des Medienuniversums

Bucher, Gloning und Lehnens (2010, 19) führen den Begriff *Format* gleichsam als eine Ordnungskomponente für das Mediensystem ein. Um dieses vielfältige Universum zu ordnen, schlagen sie eine Dreiteilung desselben vor. Von einer technischen ‚Box‘ („Schema / Schablone“, „Rahmen“, „Gefäß“) wird das Format somit zu einer textsortenlinguistischen Größe für die Stratifizierung des Raums, in dem Medienformen ihren Ort haben, zur Organisierung des Mediensystems, und sie sind dabei auf einer Zwischenebene zwischen Makro- und Mikroebene verankert (vgl. Tab. 1).

Makroebene (Makrostrukturen eines Mediums)	<b>Mediengattungen</b>	Printmedien, Hörfunk, Fernsehen, Film, Internet etc.
Mesoebene	<b>Formate</b> (die innerhalb der Mediengattungen funktionieren); Format ist dabei ein technisch-medial verfügbarer Möglichkeitsraum, der in vielen Fällen noch nicht funktional festgelegt ist, ein medial-technisches Arrangement mit (s)einem Nutzungspotenzial.	Tageszeitung, Wochenmagazin, Fachzeitschrift, Special-Interest-Zeitschrift, Tabloid, Weblog, Podcast, Chat etc.
Mikroebene (Mikrostrukturen medialer Beiträge)	<b>Kommunikationsformen und Genres</b>	Bericht, Magazingeschichte, Porträt, Kommentar, Anreißermeldung etc.

**Tab. 1** Aufteilung des Medienuniversums nach Bucher / Gloning / Lehnens (2010) – tabellarische Zusammenstellung A. H. und M. S.

Die Autoren begründen ihren Erklärungsvorschlag wie folgt:

Eine Dreiteilung in Mediengattungen, Medienformate und Darstellungs- oder Kommunikationsformen bietet gegenüber der üblichen dualen Aufteilung in Medien und Kommunikationsformen einige Vorteile: Der Begriff der Mediengattung schafft die Voraussetzung dafür, dass auf der allgemeinsten Ebene nicht ein technologischer Medienbegriff angesiedelt werden muss, der nur den Distributionsaspekt erfasst (zum Beispiel Habscheid 2000). Mediengattungen werden hier als Dispositive verstanden, in denen Produktions-, Distributions- und Rezeptionsaspekte zusammengefasst sind. Mediengattungen zeichnen sich dementsprechend dadurch aus, dass sie spezifische Handlungs- und Nutzungsmöglichkeiten eröffnen, auf deren Grundlage Gattungsunterschiede funktional erklärbar werden. (Bucher / Gloning / Lehn 2010, 19)

Problematisch ist aber unserer Ansicht nach, dass ihre Aufteilung, wenn es um bestimmte terminologische Bezeichnungen geht, ungeschickt ausfällt. Die Forscher\*innen benutzen nämlich Termini, die in ihrem Schema für gewisse Verwirrung sorgen. Es werden beispielsweise Mediengattungen für die Bezeichnung und Spezifizierung von Begriffen wie *Printmedien*, *Hörfunk*, *Fernsehen*, *Film* und *Internet* verwendet. Bucher, Gloning und Lehn stellen die von ihnen einbezogenen Mediengattungen (Presse, Radio, TV, Internet) auf die Makroebene. Sie tun dies, um die genannten Medien von ihrer technisch-distributiven Zweckdienlichkeit zu befreien. Dadurch seien die Medien nicht mehr nur Medien, sondern kommunikative Phänomene mit eigenem Sender, Empfänger und kommunikativen Zweck. Es geht nicht mehr um die Medien als solche, sondern um Mediengattungen. Diese werden im weitesten Sinne als Dispositive behandelt, d.h. als Rahmenbedingungen, die bestimmte Bedingungen und Möglichkeiten für das Funktionieren dieser Gattungen bieten und die Unterschiede zwischen ihnen bestimmen (z. B. das Dispositiv des Fernsehens, des Radios oder des Kinos, vgl. auch Klemm 2017, 10).

Auf der Mesoebene treten Formate auf, die innerhalb von Mediengattungen funktionieren. Als Beispiele für Formate nennen die Autor\*innen Tageszeitung, Wochenmagazin, Fachzeitschrift, Special-Interest-Zeitschrift, Tabloid, Weblog, Podcast, Chat etc. Das Format verstehen sie dabei als einen „technisch-medial verfügbaren Möglichkeitsraum, der in vielen Fällen noch nicht funktional festgelegt ist“ (Bucher / Gloning / Lehn 2010, 9); oder anders ausgedrückt: als ein „medial-technisches Arrangement mit seinem Nutzungsspotenzial“ (Gloning 2011, 10).

Bericht, Magazingeschichte, Porträt, Kommentar, Anreißermeldung etc. werden dagegen der Mikroebene der Genres, Kommunikations- oder Darstellungsformen zugeordnet. Bucher, Gloning und Lehn definieren eine Kommunikationsform im Kontext der Wissenschaftskommunikation als eine spezifische,

funktionale Nutzung eines Formats, was bedeutet, dass z. B. eine wissenschaftliche Rezension ihrer Ansicht nach eine Kommunikationsform oder ein Genre wäre (vgl. Gloning 2011, 10).

Ungefähr zur gleichen Zeit wie die erwähnten Forscher\*innen haben sich Christian Fandrych und Maria Thurmail vorgenommen, Ordnung in das mediale Universum mit den neuen medialen Formen zu bringen (Fandrych / Thurmail 2011). Sie verwenden für das Universum der medialen Kommunikation nicht den für die Textsortenforschung grundlegenden Begriff *Textsorte*, sondern den der *Kommunikationsform*, mit der Begründung, die Kommunikationsformen seien bestimmte Präformierungen, die „für verschiedenste Zwecke und Textfunktionen genutzt werden können“ (Fandrych / Thurmail 2011, 25). Als Beispiele nennen sie Brief-, E-Mail- und Chatkommunikation, die ihrer Auffassung nach „für bestimmte Textsorten bzw. Diskursarten genutzt werden“ (ebd.). Werbebrief, Beschwerdebrief, moderierter Politiker-Chat und der thematisch orientierte, aber nicht moderierte Online-Chat können stellvertretend als Praxisumsetzungen der aufgezählten, beispielhaften Kommunikationsformen genannt werden. Die Große *Kommunikationsform* verorten sie auf der übergeordneten Beschreibungsebene, „die gleichwohl bestimmte Vorentscheidungen für die Realisationsmöglichkeiten der Textsorten bzw. Diskursarten vorgibt.“ (Fandrych / Thurmail 2011, 25–26). Dabei erkennen sie die Heterogenität komplexer Formen an und identifizieren Größen, die über die klassische Textsorte hinausgehen, und Formen, die nicht in einem traditionellen textuellen Rahmen erfasst werden können. Daher schlagen sie vor, umfangreiche, strukturierte, heterogene Textsorten als *Großtextsorten* zu bezeichnen (Fandrych / Thurmail 2011, 26–27). Darüber hinaus stellen sie fest, dass diese komplexen *Textsorten* verschiedene Teiltexte zweier Typen kombinieren, die sie als *Teiltexte* und *Subtexte* bezeichnen. Die Teiltexte unterscheiden sich funktional nicht voneinander, sie können in Umfang und Untergliederung unterschiedlich sein, sind aber thematisch determiniert (Fandrych / Thurmail 2011, 27), während die Subtexte eine funktionale Vielfalt aufweisen und eine mehr oder weniger geschlossene Struktur haben können (Fandrych / Thurmail 2011, 26). Eine zentrale Eigenschaft von Subtexten ist, dass ihre kommunikative Funktion und Intentionalität weitgehend nur durch die Gesamtfunktion der komplexen Textsorte bestimmt wird. Problematisch erscheint, wie Textsorten in ihrer klassischen Ausprägung von solchen, die als Bestandteile der Großtextsorten betrachtet werden, zu unterscheiden sind; und wo wiederum die Großtextsorten in Bezug auf Kommunikationsformen zu verorten sind, wenn als Beispiele für erstere Größen ‚Klassiker‘ wie z. B. *Reiseführer*, *Tagebuch*, *Kondolenzbuch*, *Horoskop* (ebd. 27) aufgezählt werden, und kein Bezug auf die für das Internet- oder Fernsehuniversum spezifischen Großtextorten genommen wird.

Die nachstehende Tabelle vergleicht drei verschiedene Ideen für die Aufteilung des Medienuniversums. Außer den bereits erwähnten Konzeptionen von Bucher / Gloning / Lehnens (2010) und Fandrych / Thurmail (2011) enthält sie auch noch einen weiteren Vorschlag von Burger / Luginbühl (2014) für die hierarchische Ordnung der medialen Formen und die Verwendung des Begriffs *Format* (in Bezug auf Fernsehgrößen). Die Letztgenannten platzieren das Format auf der Makroebene, während die Textsorten auf der untersten Ebene auftauchen. Auf der Mesoebene finden die thematisch-funktionalen Komponenten Platz.

	<b>AUTOR*INNEN der jeweiligen Konzeption</b>		
	<b>BUCHER / GLONING / LEHNEN (2010)</b>	<b>FANDRYCH / THURMAIL (2011)</b>	<b>BURGER / LUGINBÜHL (2014)</b>
MAKROEBENE	<b>Mediengattung</b> (z. B. Hörfunk, Fernsehen, Internet)	<b>Kommunikationsform als bestimmte Präformierung</b> (z. B. Blog, Brief-, E-Mailkommunikation)	<b>Format</b> (z. B. Nachrichtensendung)
MESOEbENE	<b>Format</b> (z. B. Wochenmagazin, Tageszeitung, Chat, Blog)	—	<b>thematisch-funktionale Komponenten</b> (Blöcke Ausland / Inland o.ä.)
MIKROEBENE	<b>Kommunikationsform / Genre</b> (z. B. Pressekommmentar, Bericht)	<b>Textsorte</b> (z. B. medizinischer Blog, Reiseblog, Werbebrief, Beschwerdebrief)	<b>Textsorte</b> (z. B. Moderation / Filmmeldung / Korrespondentenbericht)

**Tab. 2** Verschiedene Konzeptionen für die Aufteilung des Medienuniversums im Vergleich

Sieht man sich nun die beispielhaft ausgewählten Aufteilungsvorschläge des Medienuniversums sowie die terminologische Vielfalt<sup>1</sup> an, dann muss konstatiert werden, dass die Vielfalt für eine gewisse Verwirrung sorgt und auf einen mangelnden Konsens im Fachdiskurs hindeutet.

<sup>1</sup> Zu terminologischer Vielfalt und Plausibilität einzelner Vorschläge innerhalb der Medienlinguistik siehe Lenk (2023, 168-172).

Bei so vielen Lesarten des Formats und bei so großer Verwirrung beim Versuch der Strukturierung des medialen Universums wäre es vielleicht sinnvoll, sich an die Ausführungen von Adamzik zu erinnern und diese neu zu operationalisieren. Sie führt nämlich aus, dass in kontrastiven, medienlinguistischen Untersuchungen nicht einzelne Textsorten verglichen werden, sondern umfassendere Angebote, die Presseorgane, Radio- und Fernsehsender kombinieren und zusammenstellen. „Verglichen werden also nicht Textsorten, sondern ‚Gefäße‘, in denen die verschiedensten Textsorten kombiniert vorkommen.“ (Adamzik 2010, 31). Sie weist also auf eine „Zwischenschicht zwischen Einzeltexten / Textsorten und Mediensprache oder gar Kultur“ hin, auf eine Zwischenkategorie, die nicht terminologisiert ist und „in vielen Vorschlägen für die Unterscheidung von Ebenen entsprechend den Abstraktionsniveaus unberücksichtigt bleibt“ (ebd.). Adamzik schlägt eine unspezifische Verwendung des Terminus ‚Textsorte‘ vor, im Sinne von ‚Gefäß‘, das eine Sammlung verschiedenster Textsorten umfasst:

Zeitschriften oder auch Fernsehprogramme gelten ja gar nicht als Textsorten, weil sie eine Sammlung verschiedenster Textsorten umfassen. Ich halte an einem unspezifischen Begriff von ‚Textsorte‘ fest, fasse darunter also auch Periodika, nicht nur deren Einzelbestandteile, und benutze als medienindifferenten Oberbegriff für diese Gefäße ‚Programm‘. (Adamzik 2010, 31).

Deswegen wäre es vielleicht erwägenswert, wenn nicht sogar sinnvoll, beim textsortenlinguistischen Nachdenken über das Medienuniversum auf terminologisches Vokabular der Textsortenlinguistik zurückzugreifen und ‚Gefäße‘, die aus textsortenlinguistischer Perspektive betrachtet unterschiedliche Textsorten beinhalten, als textsortenlinguistische Größen aufzufassen, da sie eine bestimmte übergeordnete Funktion aufweisen, eine bestimmte Form haben, bestimmten Regeln unterliegen und mit bestimmten Inhalten gefüllt werden. Diese ‚Gefäße‘ sollten dann aber, um terminologische Eindeutigkeit zu wahren, unterschiedlich bzw. eineindeutig benannt werden. Eine Inspiration hierfür könnte der Vorschlag von Fandrych und Thurmail (2011, 22–33) sein, die die komplexen Online-Formen als Großtextsorten bezeichnen.

Eine ähnliche Heran- bzw. Vorgehensweise an das Medienuniversum wie bei und durch Adamzik ist auch in der polonistischen Forschung zu finden. Maria Wojtak hat ein ähnliches Konzept erarbeitet. Allerdings spricht sie nicht von ‚Gefäßen‘, sondern von ‚Sammlungen‘ bzw. ‚Kollektionen‘. Sie unterscheidet zwischen der Textsorte in Form einer Kollektion [poln. *gatunek w formie kolekcji*] und der Textsortenkollektion [poln. *kolekcja gatunków*] (vgl. Wojtak 2006; 2019).

## 5. Polonistische Einblicke

In Forschungsarbeiten polnischer Medienlinguist\*innen wurde der Terminus *Format* als textsortenlinguistische, ordnende Größe verworfen.

Sehr populär geworden ist aber das textsortenlinguistische Konzept von Maria Wojtak (2006). Nach Wojtak stellt die Textsorte in Form einer Kollektion eine Menge von Textsorten dar, die eine dauerhafte, immer wieder auftretende (Text-)Kombination konstituiert, einen kohärenten Aufbau und eine gleiche Textfunktion aufweist. Ihr charakteristisches Merkmal ist der Titel, in dem die Bezeichnung der Textsorte oder ihre Paraphrase enthalten ist, z. B. *Kalender*, *Horoskop*, *Gebetbuch*. Die Textfunktion resultiert aus der Zuschreibung eines Globalziels der Textsorte, das wiederum durch Teilziele der einzelnen Textrealisierungen (Sub-Textsorten) erreicht wird. Die textuellen Komponenten, die die Erfüllung einer bestimmten kommunikativen Funktion anstreben, können hierarchisch geordnet sein (koordinierende und subordinierende Modelle) (vgl. Wojtak 2006, 145; 2019, 125–128). In pragmatischer Hinsicht ist die kommunikative Funktion einer Textsorte auf die kommunikative Situation bezogen, in der sie verwendet wird. Wojtak (2011, 45) unterscheidet drei Formen der Kombination von Textsorten innerhalb einer Kollektion, wobei sie darauf hinweist, dass die Grenzen zwischen ihnen fließend sind. Diese sind a) eine Komposition aus monothematischen Texten, die unterschiedlichen Textsorten zugeordnet werden können; b) Blockstrukturen mit gleichen oder unterschiedlichen Textsorten und c) Strukturen mit gemischten Textsorten (vgl. auch Mac / Smykała 2020; Hanus / Kaczmarek 2018; Hanus / Austin 2022).

Eine Textsortenkollektion ist eine akzidentelle Menge von Texten, die sich verschiedenen Textsorten zuordnen lassen, wobei diese Textmenge zwar eine offene Form hat, aber die daran beteiligten Textsorten an einem bestimmten Ort zum selben Zeitpunkt vorkommen und an einem Ereignis in gleicher Weise partizipieren<sup>2</sup>. Es handelt sich um komplementäre Kommunikate, z. B. Anschreiben und Lebenslauf (vgl. Wojtak 2015; Mac / Smykała 2020; Hanus / Kaczmarek 2018; Hanus / Austin 2022).

Das Konzept, das Wojtak 2006 anhand der Analyse von Pressetextsorten erarbeitet hat, ist unter polnischen Linguistinnen und Linguisten sehr verbreitet. Der Terminus *Format* wird in den gegenwärtigen Ausführungen polnischer Medienlinguisten und Medienlinguistinnen als überflüssig betrachtet. Das allerdings war nicht immer so. Die Diskussion um den Begriff *Format*, deren Schwerpunkt das Wechselspiel zwischen den Begriffen *Format* und *Gattung* bzw. *Textsorte* ausmachte, hat einige Zeit in Anspruch genommen und war intensiv. So schrieb Woj-

<sup>2</sup> Das Konzept von Wojtak lässt uns gleich an den Vorschlag von Adamzik zu Textsortennetzten denken.

nach im Jahre 2008: „Es gibt keinen Weg zurück von den Formaten.“<sup>3</sup> (Wojnach 2008, 197). Vor Wojnach brachten das noch deutlicher Godzic (2004) und Zawojski (2004) zum Ausdruck, indem sie das faktische Ende der Genres / Gattungen ausriefen. Einige Jahre später lesen wir allerdings bei Niesłony, dass Formate ein Modephänomen seien (Niesłony 2015, 257). Lisowska-Magdziarz (2015) und Wawer (2020) haben schließlich den Niedergang von Formaten angekündigt. Beide Forscherinnen sind der Ansicht, dass die Formate keine Zukunft mehr haben.

In der polonistischen Diskussion um Formate bezog man sich meistens auf die Arbeiten von Ptaszek (2015), dessen einschlägige Ausführungen hohe Akzeptanz im Fachdiskurs fanden. Ptaszek hat eine eingehende Auslegung der Begriffe *Medienformat* und *Mediengattung* vorgelegt. Die Ergebnisse dieser Überlegungen sind nachstehend in Tab. 3 dargestellt.

MEDIENGATTUNG	MEDIENFORMAT
abstraktes und präskriptives Schema, Muster	ein konkretes Schema, eine Programmidee
Teil der Kultur, kein Autor, Teil kulturellen Erbes	ein kommerzielles Produkt der Medienindustrie, mit Autor*innen / Urheber*innen
auf der Textebene kann sie streng nach bestimmten Regeln umgesetzt werden (kanonisches Muster), es kann aber auch Abweichungen davon geben (alternative, adaptive Muster)	es muss in strikter Übereinstimmung mit den Urheberrichtlinien ausgeführt werden
in der Regel universal (insbesondere in der / einer globalen Kultur)	von adaptivem Charakter (Elemente des Formats können an kulturelle Gegebenheiten angepasst werden)

**Tab. 3:** *Gattung / Textsorte vs. Format – grundlegende Unterschiede* (Quelle: Ptaszek 2015, 41, Übersetzung: A. H. M. S.)

Sowohl das Format als auch die Gattung beziehen sich auf ein Schema, das aber im Falle der Gattung abstrakt ist und eine präskriptive (wegweisende) Funktion hat, während es bezogen auf das Format viel konkreter ist und ein bestimmtes Programm oder eine bestimmte Sendung adressiert (und informiert). Gattungen sind Bestandteile der Kultur und des kulturellen Erbes, sie haben keine individuellen Urheber\*innen. Ein Format hingegen ist ein kommerzielles Produkt der Medienindustrie in einer bestimmten Zeit, mit Autor\*innen und Urheber\*innen.

<sup>3</sup> Alle Übersetzungen aus dem Polnischen A. H. und M. S.

Es muss nach bestimmten Richtlinien ausgeführt werden, die die Urheber\*innen bestimmen.

Die Gattung kann auf der Textebene streng nach bestimmten Regeln umgesetzt werden (kanonisches Muster), es kann aber auch Abweichungen davon geben (alternative, adaptive Muster). Innerhalb der globalen Kultur ist die Gattung ein universelles Phänomen. Man findet gleiche Gattungen in verschiedenen nationalen Kulturen. Das Format zeichnet sich durch einen adaptiven Charakter aus. Bestimmte Elemente des Formats können an die jeweils geltenden kulturellen Gegebenheiten angepasst werden. In diesem Sinne kann mit Ptaszek behauptet werden:

Ein klassisch verstandenes Format (wie ein Genre/eine Gattung) stellt eine Art Schema, ein Muster dar (es definiert die Regeln des Programms, die Szenografie, die Art der Ausführung usw.), aber es bezieht sich auf einen einzelnen Text, der immer eine Umsetzung/Ausführung eines bestimmten Genres/einer bestimmten Gattung ist. In einer solchen Situation gibt es also keine gattungsexternen/gattungsunabhängigen Texte, und wenn dies so ist, muss es welche kognitiven Konstrukte geben, die die Organisation von Wissen in größeren Strukturen ermöglichen (dies ist die Funktion von Genres/Gattungen). (Ptaszek 2015, 41; Übersetzung: A. H. M. S.)

Michail Bachtin hat übrigens schon vor einiger Zeit darauf hingewiesen, dass jede unserer kommunikativen Handlungen in einer bestimmten Gattung / einem bestimmten Genre (der Sprache) entsteht (Bachtin 1977, 279). Wenn es also einzelne Textbeispiele gibt, die sich zunächst nur schwer textsortenlinguistisch kategorisieren lassen, verwenden wir bei ihrer Beschreibung Kategorien von Textsorten / Gattungen, die uns vertraut und in der kulturellen Realität verwurzelt sind. Wir beziehen uns also auf etwas, das definierbar und vorhersehbar ist, und zugleich auch auf etwas, das unserer kommunikativen Erfahrung entstammt und unserem Wissen über die Welt (in diesem Fall die Medien) entspricht.

## 6. Noch ein Vorschlag

Die immer wieder von Linguist\*innen und Medienforscher\*innen unternommenen Versuche, das Medienuniversum zu beschreiben und die in den Medien auftretenden Phänomene zu benennen, zeigen deutlich ihr großes Anliegen, Transparenz bei der Markierung von Phänomenen, denen sie im Medienuniversum begegnen, zu schaffen. Die Versuche tragen jedoch gleichzeitig dazu bei, dass immer mehr Termini auftauchen, die teilweise different oder abweichend, zum Teil auch synonym verwendet werden. Interessant ist auch der interlinguistische Vergleich der germanistischen und polonistischen Herangehensweise an das Medienuniversum sowie die Verortung und Operationalisierung von Begriffen wie *Format*,

*Textsorte, Kommunikationsform.* Es fällt nämlich auf, dass manche Vorschläge und Vorgehensweisen in beiden Forschungskulturen einander ähneln. Sie unterscheiden sich öfter in ihren Annahmen und Herangehensweisen, die auf die differenten fachspezifischen Forschungstraditionen zurückzuführen sind; letztendlich aber resultieren die beidseitigen Forschungsbemühungen in sinnverwandten oder sogar analogen Ergebnissen und Schlussfolgerungen. Was indessen kein belangloses Hindernis beim Zugriff, Verwenden und Weiterentwickeln von inspirierenden Konzeptionen, beim Kooperieren und Unterstützen von Ideen ist, ist zweifelsohne die terminologische Vielfalt und Mehrfachverwendung von unterschiedlichen Terminen. Die Beschäftigung mit den unterschiedlichen Konzepten zur Erklärung und ordnenden Benennung des Medienuniversums lässt uns folgende Schlussfolgerung ziehen:

Der Begriff *Format* im Sinne einer technisch-medialen Grundlage bietet sich für einen kommunikativen Gebrauch an, aber seine Verwendung als Operator zur Ordnung des Medienuniversums ist, unserer Auffassung nach und (textsorten) linguistisch gesehen, eher nur begrenzt möglich. Uns scheint der Begriff *Format* also wenig effizient in Bezug auf die textsortenlinguistische Forschung, und zwar im Sinne seiner Operationalisierung: Denn als ein vorwiegend mit Fernsehproduktion assoziierbarer Terminus (*Terminus technicus*), stiftet er eher Verwirrung, statt Ordnung in das Medienuniversum zu bringen. Wissenschaftlich ergiebiger scheint uns zu sein, an Format als ein Gefäß im Sinne einer inklusiven Großtextsorte (Teil- und Subtexte beinhaltend) zu denken, die

- über eine übergeordnete Funktion verfügt,
- einen kommunikativen Rahmen schafft,
- für eine gewisse Musterhaftigkeit sorgt, also strukturelle Eigenschaften entfaltet.

Eine derartige Konzeption liegt bereits vor und ist das Ergebnis eines Forschungsteams und dessen Arbeit im Horizont der interlinguistischen Kontrastivität<sup>4</sup>. So schlagen Hanus und Kaczmarek (2022) aufgrund eingehender Vergleiche polonistischer und germanistischer Textsortenforschung und ausgehend von materialbasierten Studien folgende Aufteilung der medialen Größen vor:

---

<sup>4</sup> Zum Konzept der interlinguistischen Kontrastivität vgl. Bilut-Homplewicz (2012) und Bilut-Homplewicz / Hanus (2017).

MAKROEBENE	-Textsorte (Video-Tutorial, Videorezension, Online-Laienrezension)  -Multitextsorte (Fernsehnachrichten)  -modulare Multitextsorte (Internetblog, Wikipedia, Koch-Portal)
MESOEBENE	-----
MIKROEBENE	-Textsorte (als Bestandteil einer Multitextsorte bzw. einer modularen Multitextsorte) -Kommunikationsform (z. B. Chat, Forum)

**Tab. 4** Vorschlag von Hanus und Kaczmarek (2022)

Die beiden Autorinnen bezeichnen das oben charakterisierte ‘Gefäß‘, das also strukturelle Eigenschaften entfaltet, als *Multitextsorte*. Ihre Textfunktion ergibt sich aus ihrem Gesamtziel, zu dessen Erreichen Teilziele der einzelnen Textrealisierungen (Sub-Textsorten) direkt oder auch indirekt beitragen. Darüber hinaus differenzieren sie mehrere *Textsorten*, die im Medienuniversum anzutreffen sind, nicht als Varianten der klassischen Textsorten, sondern (definieren sie) als autonome multimodale Textsorten<sup>5</sup>. Als solche identifizieren sie z. B. Online-Laienrezensionen, Video-Tutorials, Videorezensionen. Die interessanteste Gruppe bei ihnen stellen jedoch die *modularen Multitextsorten* dar, die sie wie folgt präzisieren:

Eine Größe von modularem Aufbau, die aus Subtexten und heterogenen Teiltexten im Sinne von Fandrych und Thurmail (2011) besteht und hypertextuelle, multimodale und multimediale Formen kombiniert. Es handelt sich dabei um eine multifunktionale Sammlung von (mono- und multimodalen) Texten, (in schriftlicher und / oder gesprochener Form), die oft durch Hyperlinks miteinander verbunden sind und verschiedene Textsorten vertreten können. Eine solche Sammlung kann Texte enthalten, die mehr oder weniger klar strukturell und thematisch abgeschlossen sind, wobei ihre Funktion durch die Funktion, Spezifik und Ziele der Sammlung als übergeordneter Größe bestimmt werden kann, aber nicht muss. Eine inhärente Eigenschaft einer solchen modularen Multitextsorte

<sup>5</sup> Die Kriterien, nach denen ein solcher Status den genannten Größen verliehen wird, sind bei Hanus / Kaczmarek (2022) zu finden.

ist ihre offene Form, die oft eine relativ lose, sprich: nicht strikte thematische oder funktionale Kohärenz aufweist (z. B. ein kulinarisches Portal), die sich nicht einmal aus einem wiederholbaren Vorkommen von bestimmten Textsorten ergibt sowie sich durch eine Unabgeschlossenheit auszeichnet. Hinsichtlich der Sender-Empfänger-Beziehung bedeutet die Offenheit von modularen Multitextsorten nicht selten Mehrautor\*innenschaft von diesen, wobei ein Rollenwechsel in der genannten Beziehung auch in Frage kommen kann (z. B. Wikipedia).

## 7. Schlussfolgerungen

Uns ging es darum, anhand von bestehenden Analysen, Konzepten und Ansätzen zu hinterfragen, inwieweit die Begriffe *Textsorte*, *kommunikative Gattung* und *Format* als ordnungs- und sinnstiftende Größen anzusehen sind. Die erzielte Bilanz zeigt, dass die Vielfalt der Begrifflichkeiten sich nicht immer rechtfertigen lässt und dass innerhalb der Textsorten- und Medienlinguistik immer noch kein Konsens über die Verwendung dieser Termini herrscht. Daher wäre es sinnvoll, die vertrauten, etablierten Termini, die sich innerhalb der Textsortenlinguistik bewährt haben, weiterhin zur Beschreibung des textsortenlinguistischen Medienuniversums zu verwenden, um unnötige Mehrdeutigkeit und Missverständnisse zu vermeiden.

## LITERATURVERZEICHNIS/ REFERENCES

- Adamzik, Kirsten. 2010. „Texte im Kulturvergleich. Überlegungen zum Problemfeld in Zeiten von Globalisierung und gesellschaftlicher Parzellierung.“ In *MedienTextKultur – Linguistische Beiträge zur kontrastiven Medienanalyse* (17–41), hrsg. von M. Luginbühl und S. Hauser, Landau: Verlag Empirische Pädagogik.
- Bachtin, Michail. 1977. „Problem tekstu: próba analizy filozoficznej.“ In *Pamiętnik Literacki: czasopismo kwartalne poświęcone historii i krytyce literatury polskiej* 68 (3): 265–288.
- Bilut-Homplewicz, Zofia. 2012. „Perspektivität bei der Charakterisierung einer linguistischen Disziplin. Zu einigen nicht nur terminologischen Unterschieden in der germanistischen und polonistischen Textlinguistik.“ *Colloquia Germanica Stettinensis* 20: 19–33.
- Bilut-Homplewicz, Zofia / Hanus, Anna. 2017. „Kontrastywność interlingwistyczna w kontekście inspiracji tekstologicznych Marii Wojtak.“ In *Współczesne media. Gatunki w mediach*. T.1: *Zagadnienia teoretyczne. Gatunki w mediach drukowanych* (29–44), hrsg. von I. Hofman und D. Kępa-Figura. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Bucher, Hans-Jürgen / Gloning, Thomas / Lehnens, Katrin (Hrsg.). 2010. *Neue Medien – neue Formate: Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation* (9–38). Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Burger, Harald / Luginbühl, Martin. 2014. *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin/Boston: de Gruyter.
- Fandrych Christian / Thurmail, Maria. 2011. *Textsorten im Deutschen. Linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht*. Tübingen: Stauffenburg.

- Gloning, Thomas. 2011. „Interne Wissenschaftskommunikation im Zeichen der Digitalisierung. Formate, Nutzungsweisen, Dynamik.“ In *Digitale Wissenschaftskommunikation. Formate und ihre Nutzung* (3–33), hrsg. von T. Gloning und G. Fritz. Gießener Elektronische Bibliothek, <http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2011/8227> [Zugriff: 5.03.2021].
- Gloning, Thomas. 2016. „Neue mediale Formate und ihre kommunikative Nutzung in der Wissenschaft. Fallbeispiele und sieben Thesen zum Praktiken-Konzept, seiner Reichweite und seinen Konkurrenten.“ In *Sprachliche und kommunikative Praktiken* (457–486), hrsg. von A. Deppermann et al. Berlin/Boston: de Gruyter.
- Godzic, Wiesław. 2004. *Telewizja i jej gatunki. Po „Wielkim Bracie”*. Kraków: Universitas.
- Haas, Michael H. / Frigge, Uwe / Zimmer, Gert. 1991. *Radio-Management. Ein Handbuch für Radiojournalisten*. München: Ölschläger.
- Hanus, Anna / Austin, Patrycja. 2022. “Olga Tokarczuk’s Flights as an example of genre transformation in the contemporary novel – a linguistic / literary view.” *tekst i dyskurs – text und diskurs* 16: 53–74.
- Hanus, Anna / Kaczmarek, Dorota. 2018. “From a monomodal recipe to a multimodal offer. A textological / mediolinguistic approach.” *Humanities / Social Sciences* vol. XXIII, 25 (3): 81–98.
- Hanus, Anna / Kaczmarek, Dorota. 2022. *Sekretne życie gatunków. Komunikacja w przestrzeni medialnej – perspektywa germanistyczna*. Wrocław/Dresden: Atut – Neisse Verlag.
- Häusermann, Jürg. 1998. *Radio*. Tübingen: Niemeyer.
- Hickethier, Knut. 2007. *Film- und Fernsehanalyse*, 4. Aufl., Stuttgart: Metzler.
- Klemm, Michael. 2017. „Bloggen, Twittern, Posten und Co.“ *Rhetorik. Ein internationales Jahrbuch* 36 (1): 5–30.
- Lenk, Hartmut E. H. 2023. „Vergleich von Textsorten in Fernsehnachrichten Konzeptuelle Überlegungen im medienkulturlinguistischen Rahmen.“ *tekst i dyskurs – text und diskurs* (17): 159–181.
- Lisowska-Magdziarz, Małgorzata. 2015. „Pytanie o genologię mediów w kulturze party-cypracji. Próba rekonesansu metodologicznego.“ In *Gatunki i formaty we współczesnych mediach* (13–34), hrsg. von W. Godzic et al. Warszawa: Poltext.
- Mac, Agnieszka / Smykała, Marta. 2020. „Zum »Prinzip Perspektivierung«. An der Schnittstelle zwischen Fremdsprachendidaktik und Text- und Medienlinguistik – das Schulbuch als Textsorte am Beispiel der DaF-Lehrwerke“. In *Tekst – Dyskurs – Komunikacja. Podejścia teoretyczne, analityczne i kontrastywne. Text – Diskurs – Kommunikation. Theoretische, analytische und kontrastive Ansätze* (167–187), hrsg. von A. Buk et al. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Muckenhaupt, Manfred. 1999. „Die Grundlagen der kommunikationsanalytischen Mediawissenschaft“. In *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen*. 1 Teilband (28–57), hrsg. von J.-F. Leonhard et al. Berlin/New York: de Gruyter.
- Niesłony, Kamil. 2015. „Format telewizyjny jako „zaprzeczenie gatunku““. In *Gatunki i formaty we współczesnych mediach* (247–258), hrsg. von W. Godzic et al. Warszawa: Poltext.
- Ptaszek, Grzegorz. 2015. „W stronę bezgatunkowości mediów? O funkcji gatunków medi-

- alnych w procesie odbioru.” In *Gatunki i formaty we współczesnych mediach* (35–51), hrsg. von W. Godzic et al. Warszawa: Poltext.
- Strube, Gerhard. 1993. „Kognition“. In *Einführung in die Künstliche Intelligenz* (303–365), hrsg. von Günter Görz. Bonn: Addison-Wesley.
- Vater, Heinz. 1999. „Wort und Begriff – eine terminologische Klärung.“ In *Das Deutsche von innen und außen. Ulrich Engel zum siebzigsten Geburtstag* (147–153), hrsg. von A. Kątny und C. Schatte. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Wawer, Monika. 2020. *Gatunki, formaty w pejzażu telewizyjnym. Jak badać współczesną telewizję*. Kraków: Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Wojnach, Andrzej. 2007. „Nowa telewizja. Wstęp do genologii formatów.“ In *Psychologiczne aspekty komunikacji audiowizualnej* (189–197), hrsg. von P. Francuz. Lublin: Towarzystwo Naukowe KUL.
- Wojtak, Maria. 2006. „Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków.“ *Poznańskie Spotkania Językoznawcze* 15: 143–152.
- Wojtak, Maria. 2011. „O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu.“ *tekst i dyskurs – text und diskurs* 4: 69–78.
- Wojtak, Maria. 2015. „Gdy „między” jest w środku, czyli o przenikaniu się konwencji gatunkowych w konkretnych tekstach (na przykładzie przekazów prasowych).“ In *Gatunki mowy i ich ewolucja*, Bd. 5: *Gatunek a granice* (82–93), hrsg. von D. Ostaszewska und J. Przyklenk. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Wojtak, Maria. 2019. *Wprowadzenie do genologii*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Zawojski, Piotr. 2004. „Koniec telewizyjnych gatunków – niech żyją formaty.“ *Zeszyty Telewizyjne* 6. <http://www.zawojski.com/2006/05/21/koniec-telewizyjnych-gatunkow-%e2%80%93-niech-zyja-formaty> [Zugriff: 30.12.2023].

✉ Associate Professor Anna Hanus  
ORCID: 0000-0001-5850-2511  
Institute of Modern Languages  
Department of Applied Linguistics  
Uniwersytet Rzeszowski  
ul. mj. W. Kopisto 2B, 35-315 Rzeszów, POLSKA  
E-mail: ahanus@ur.edu.pl

✉ Associate Professor Marta Smykała  
ORCID: 0000-0002-4673-526X  
Institute of Modern Languages  
Department of Applied Linguistics  
Uniwersytet Rzeszowski  
ul. mj. W. Kopisto 2B, 35-315 Rzeszów, POLSKA  
E-mail: msmykala@ur.edu.pl