



Externe und interne Textsortenmerkmale des Feuilletons am Beispiel der Zeitschriften „Be active“ und „Vegan World“ – eine Fallstudie

External and internal text type characteristics of the feuilleton, which are presented on the example of magazines “Be active” and “Vegan World” – a case study

Zewnętrzne i wewnętrzne wyznaczniki gatunkowe felietonu na przykładzie dwóch magazynów lifestyle'owych „Be active” oraz „Vegan World” – studium przypadku

Abstrakt: Offenheit, unscharfe Grenzen oder Subjektivität, durch die das Feuilleton gekennzeichnet ist, sind der Hauptgrund dafür, dass eine Bestimmung der Textsortenmerkmale dieser Pressetextsorte in zwei Sprachräumen und Pressekulturen als interessantes Unterfangen betrachtet werden kann. Das Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, das Feuilleton als Pressetextsorte in der polnischen und germanistischen Forschung darzustellen. Gegenstand der Untersuchung sind externe und interne Textsortenmerkmale des Feuilletons am Beispiel von zwei Lifestyle-Magazinen, dem polnischen „Be active“ und dem deutschen „Vegan World“, die mithilfe der Forschungsmethode einer Fallstudie aufgezeigt werden.

Schlüsselwörter: Textsortenlinguistik, Textlinguistik, Textsorte / Pressetextsorte, Stil, Intertextualität

Abstract: The receptiveness, blurred boundaries or subjectivity that characterise the feuilleton are the main reasons why determining the text type characteristics of this press text type in two language areas can be considered an interesting undertaking. The aim of this article is to present the feuilleton as a press text type in Polish and German studies. The object of the study is to show external and internal text type characteristics of the feuilleton, which are presented on the example of two lifestyle magazines, the Polish “Be active” and the German “Vegan World,” with the help of the case study research method.

Keywords: text type linguistics, text linguistics, text type / press text type, style, intertextuality

Abstrakt: Otwartość, rozmyte granice lub subiektywizm charakteryzujące felieton, są głównym powodem, dla którego określenie jego cech gatunkowych w dwóch obszarach badawczych można uznać za ciekawe przedsięwzięcie. Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie felietonu jako gatunku prasowego w badaniach polonistycznych i germanistycznych. Przedmiotem badań jest ukazanie zewnętrznych i wewnętrznych wyznaczników gatunkowych felietonu na przykładzie dwóch magazynów lifestyle'owych, polskiego „Be active” i niemieckiego „Vegan World”, za pomocą metody badawczej studium przypadku.

Słowa kluczowe: genologia lingwistyczna, lingwistyka tekstu, gatunek tekstu / gatunek prasowy, styl, intertekstualność

Feuilleton – Versuch einer Begriffsbestimmung

Das Feuilleton – eine Presstextsorte mit einer seit zwei Jahrhunderten bestehenden Tradition – erfreut sich einer großen Beliebtheit in Tageszeitungen, Wochen- und Monatszeitschriften sowie heutzutage auch in den neuen Medien, wo es einen festen Platz einnimmt. In erster Linie befasst es sich mit den aktuellsten kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Ereignissen. Diese Presstextsorte wird vor allem zur Unterhaltung der Leserschaft geschrieben¹. Die Feuilletonisten können ihren subjektiven Standpunkt ausdrücken und dabei ihre besondere Aufmerksamkeit und ihr Engagement auf aktuelle Sachverhalte und Ereignisse richten². Das Feuilleton zeichnet sich u. a. durch Ungezwungenheit, intellektuelle Freiheit und thematische Beliebigkeit aus. Es überwiegen Elemente der Ironie, der Satire, des Pasquills oder der Grotteske (vgl. Wolny-Zmorzyński et. al. 2006: 90). Trotz der gerade erwähnten typologischen Merkmale bereitet eine verbindliche Begriffsbestimmung und Festlegung der Textsortenmerkmale des Feuilletons den Presseforschern Schwierigkeiten. Der Gegenstand des vorliegenden Beitrags ist es, das Feuilleton als Presstextsorte in zwei unterschiedlichen Sprachräumen darzustellen sowie seine externen und internen Textsortenmerkmale in einer polnischen und einer deutschen Zeitschrift zu präsentieren. Der Zweck des vorliegenden Beitrags ist es, anhand einiger ausgewählter Beispiele zu zeigen, wie Ergebnisse der polonistischen und germanistischen Forschung in der Analyse des Feuilletons eingesetzt werden können. Deswegen wird die Forschungsmethode einer Fallstudie verwendet, wobei der Beitrag einen kontrastiven Charakter hat³. Eine vertiefende Forschungsanalyse in den beiden Sprachräumen hebt die Bedeutung der *intertextuellen Kontrastivität* hervor, die einen Vergleich von Texten im Rahmen der Kontrastiven Textologie umfasst (vgl. Bilut-Homplewicz 2021: 8). Darüber hinaus spricht die Forscherin von der sogenannten interlinguistischen Kontrastivität, bei der das In-Beziehung-Setzen von analogen linguistischen Disziplinen in zwei oder mehreren wissenschaftlichen Schreibkulturen eine bedeutende Rolle spielt, also der Vergleich ihrer Traditionslinien, Entwicklungen, ihrer wesentlichen Probleme, aber auch ihrer Desiderata (vgl. Bilut-Homplewicz 2013: 7).

Bilut-Homplewicz (2013: 8) weist auf den Begriff *Perspektivität* für unsere Betrachtungsweise hin, weil „der Forschungsstand eines bestimmten Gebietes eben aus Texten (Fachtexten) besteht, die mit denen einer anderen wissenschaftlichen Schreibkultur von einem interpretierenden Linguisten zu vergleichen sind“.

Anzumerken und zu unterstreichen ist an dieser Stelle, dass wegen des oben erwähnten Ziels des Beitrags die vorgelegte Analyse kein Modell der Analyse enthält, das auf integrierenden typologischen Textsortenmerkmalen des Feuilletons beruht und Untersuchungen beider Forschungsräume, des polonistischen und germanistischen, umfasst. Bei der Analyse

¹ Heutzutage entwickelt sich das Feuilleton nicht nur im geschriebenen Wort, sondern es gibt auch ein wachsendes Bedürfnis, die Feuilletons in verschiedenen Arten von Medien (Radio, Fernsehen) einzusetzen (vgl. Burger, Luginbühl 2014: 228).

² Der Einfachheit und Sprachökonomie halber wird in dem vorliegenden Beitrag durchgängig die maskuline Form benutzt. Die häufige Verwendung von Personenbezeichnungen in Doppelformen würde bei der Lektüre stören.

³ Über die Kontrastivität ist bei Zofia Bilut-Homplewicz (2014: 13–25) oder bei Bilut-Homplewicz, Krauz (2017: 125–143) zu lesen.

einer größeren Anzahl von Texten wäre es jedoch sinnvoll, solch ein Analysemodell zu erstellen, das auf gemeinsamen (germanistischen und polonistischen) Kategorien und Kriterien beruht – auf deren Grundlage könnte man feststellen, welche Charakteristika jeweils deutsche und polnische Feuilletons aufweisen.

Ein weiteres Ziel des Beitrags ist es, die Forschungsergebnisse aus dem behandelten Bereich anderen Forschungsgemeinschaften (vor allem die polonistische Forschung dem deutschsprachigen Leser) zugänglich zu machen. Die Darstellung von repräsentativen Ansätzen in beiden Forschungsräumen ist immer der erste Schritt, um einen Gedankenaustausch herbeizuführen, da es möglich ist, im Kontext einer kontrastiven Herangehensweise bestimmte Erkenntnisse zu gewinnen, die einen Mehrwert darstellen und zum Ausgangspunkt für weitere Überlegungen und Analysen werden können.

Bevor ich mich der Hauptanalyse zuwende, werde ich darauf eingehen, was die Presseforschung unter der Bezeichnung *Feuilleton* versteht. Die polnischen Forscher Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski und Furman (2006: 88) bringen das *Feuilleton* mit dem „in vier zusammengelegten – Blatt Papier“ in Verbindung⁴.

Diese Verfasser setzen voraus, dass Feuilletons leicht wie Blätter oder wie ein loses Blatt Papier sein müssen. Welche Richtung sie einschlagen, hängt vom Autor ab. Er ist berechtigt zu einem beliebigen Wechsel von einem Thema zu einem anderen, wobei es ihm jedoch mühelos gelingen muss, die thematisch unterschiedlichen Aussagen zu einer Einheit zu verschmelzen (ebenda). An dieser Stelle muss betont werden, dass die ersten Feuilletons im Jahre 1800 in der französischen Tageszeitung „Journal des débats“ veröffentlicht wurden, was u. a. bei Edward Chudziński (1996: 181) nachzulesen ist.

Bis heute gibt es unter den Forschern Meinungsverschiedenheiten über die Entstehungsgeschichte des Feuilletons, weil es in der Geschichte auf zweierlei Weise verstanden wurde: als *Kolumne* (eine Rubrik, die mithilfe einer dicken Linie abgehoben war) und als *Textsorte* (vgl. Stasiński 1982: 6)⁵. Um das Wesentliche des Feuilletons zu verstehen, muss man tatsächlich beide Aspekte seiner Entstehungsgeschichte berücksichtigen. Ein Beweis dafür sind die im frühen 18. Jahrhundert im Deutschen erscheinenden *feuilletonistischen* Texte, noch bevor die Bezeichnung *Feuilleton* aus dem Französischen entlehnt wurde. Dazu können *gelehrte Artikel* gehören, die literarische, theatralische oder philosophische Themen behandelten (vgl. Racic, Georg 1987: 256). Es sei darauf hingewiesen, dass in der deutschen Tradition die französische Bezeichnung *feuilleton* für u. a. den redaktionellen Teil einer Zeitschrift gehalten wird (vgl. Maziariski, Jacek 1967: 16–18). Der Schwerpunkt dieses Beitrags

⁴ Am Anfang sei an die Etymologie des Wortes *Feuilleton* angeknüpft, das vom französischen Wort *feuilleton* (Blatt von einem Bogen) zu Anfang des 19. Jahrhunderts abgeleitet wurde: Vgl. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache, *das Feuilleton*: <https://www.dwds.de/wb/Feuilleton> (Stand: 06.06.2021).

⁵ Die Hauptbedeutung von *Feuilleton* bezieht sich laut Online-Duden auf einen literarischen, kulturellen oder unterhaltenden Teil einer Zeitung mit einer größeren Anzahl von darin auftretenden Textsorten wie Rezension, Bericht, Kommentar oder Nachricht. Als zweite Bedeutung wird ein literarischer Beitrag im Feuilletonteil einer Zeitung erwähnt. Als dritte wird hingegen in diesem Wörterbuch ein Essay oder populärwissenschaftlicher Aufsatz zu einem Kulturthema aber mit Hinweis auf die Verwendung vor allem in Österreich angegeben. Vgl. Duden: *das Feuilleton*: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Feuilleton> (Stand: 06.06.2021).

liegt jedoch auf der Darstellung des Feuilletons als Textsorte im Lichte der bestehenden Forschung in zwei Sprachräumen, ohne den Streit darüber zu entscheiden, mithilfe welcher Kategorie das Feuilleton beschrieben werden sollte.

Das Feuilleton als kurze journalistische und heute populäre Presstextsorte ist durch eine große Beliebigkeit der Thematik gekennzeichnet, weshalb es schwerfällt, ihre genaue Definition zu bestimmen. Es gibt viele Arbeiten in der polonistischen Forschung, die versuchen darzulegen, welche Eigenschaften des Feuilletons man für relevant halten sollte. Maria Wojtak (2004: 204) führt eine Definition an, die für die Zwecke dieses Beitrags wichtig ist, weil darin einige der für die hier durchgeführte Analyse relevanten Textsortenmerkmale angesprochen werden. Es handelt sich um eine Begriffsbestimmung von Stanisław Rams (1970: 49) aus dem Zeitraum der stürmischen Diskussion um Merkmale dieser Textsorte: „Als Feuilleton wird ein kurzes, journalistisches und auf Fakten basierendes Werk betrachtet, das sich durch wesentliche Elemente des Individualismus, des Ausdrucks des Widerspruchs, der künstlerischen Zuspitzung und der Anwendung künstlerischer Fiktion auszeichnet“ (Wojtak 2004: 204)⁶.

Darüber hinaus ist festzustellen, dass der Terminus *Feuilleton* zwei separate Bedeutungen aufweist. Die erste bezieht sich auf die nicht beschrifteten „Kleinigkeiten“⁷, die unter dem deutlich von dem richtigen Teil der Zeitschrift abgehobenen dicken Strich veröffentlicht werden. Die andere gebrauchte Bedeutung wird mit konkreten Texten verknüpft, in denen die Unterteilung in externe und interne Eigenschaften dieser Presstextsorte sichtbar wird. Sie hat in der polnischen Textsortenforschung zum Gebrauch der Bezeichnung „das richtige Feuilleton“ (Chudziński 1996: 182) geführt, damit laut der Presseforscher semantische Missverständnisse vermieden werden (vgl. Hoffmann 2014: 209-243). Im germanistischen Forschungsraum versteht man das Feuilleton als *eine Rubrik* (vgl. Jäger 1988: 54) oder als *eine Textgattung*, die nicht nur verschiedene Presstextsorten, sondern auch unterschiedliche literarische Gattungen beinhaltet (vgl. Baßler 1994: 116) – was im weiteren Teil des vorliegenden Beitrags angesprochen wird.

Um bestimmte Feuilletons zu vergleichen, greife ich nun auf die zweite Bedeutung bzw. auf die zweite Begriffsbestimmung zurück, die der Zielsetzung des vorliegenden Beitrags entspricht. Ich bin mir dessen bewusst, dass die Gleichsetzung des deutschen Feuilletons mit der polnischen Presstextsorte *felieton* aus textsortenorientierter Perspektive höchst problematisch ist, was jedoch diesen Vergleich eben interessant und am Ende aufschlussreich macht. Dieses Forschungsproblem könnte in einem getrennten Beitrag behandelt werden.

Feuilleton als Presstextsorte in der polonistischen und germanistischen Forschung

In den zwei folgenden Unterkapitel dieses Beitrags werden polonistische und germanistische Ansätze getrennt vorgestellt. Dieses Vorgehen wurde bewusst gewählt, da sich der Forschungsstand zum Feuilleton in beiden Sprachräumen bedeutend unterscheidet.

⁶ Übersetzung von allen polnischsprachigen Zitaten – K.P.

⁷ Gemeint ist etwas Unbedeutendes.

Die polonistische Forschung zeigt eine sehr dynamische Entwicklung des Feuilletons als Presstextsorte, die ihre feste Stelle in den neuen Medien gefunden hat; genannt seien hier stellvertretend zwei repräsentative Monographien, in denen u. a. die Analyse des Feuilletons zu finden ist: Wojtak (2004: 202–237) und Magdalena Pietrzak (2013: 10–15). Um den Forschungsstand zum Feuilleton in der germanistischen Forschungsgemeinschaft darzustellen, sollte man bis in die 1960er Jahre zurückgehen, wo schon die erste Analyse dieser Textsorte von Wilmont Haacke vorgenommen wurde, die im weiteren Teil des Beitrags Erwähnung findet. Das Feuilleton erfreute sich damals großer Beliebtheit, während die neueren germanistischen Studien zum Feuilleton demgegenüber sogar bemängeln, dass bisher viel zu wenige Inhaltsanalysen dieser Textsorte durchgeführt wurden und auch die Charakteristik ihrer Textsortenmerkmale noch nicht hinreichend bestimmt wurde.

Auffassungen in der polonistischen Forschung

Die Feuilleton-Forschung wird in Polen von zwei Forschergruppen betrieben, von Sprachwissenschaftlern und von Presseforschern, weshalb es von großer Signifikanz ist, diese zwei unterschiedlichen Perspektiven aufzuzeigen. Es wird hier jedoch nicht angestrebt, eine ausführliche Präsentation des aktuellen Forschungsstandes darzustellen, sondern die Charakteristika dieser Textsorte aus einer linguistischen, d. h. textsortenorientierten Perspektive und der wesentlich journalistisch geprägten Presseforschung⁸ in groben Umrissen an prägnanten Beispielen zu zeigen. Für Sprachwissenschaftler ist die 2004 veröffentlichte Publikation von Wojtak besonders wichtig, weil darin die textsortenorientierten Ansätze präsentiert wurden. Laut der Autorin ist die Menge der Textsortenmerkmale des Feuilletons vage, weil diese Textsorte unscharfe Grenzen hat und sich daher laut polonistischer Forscher durch den sogenannten thematischen Parasitismus auszeichnet. Die Autorin merkt an: „Von Anfang an schwankt das Feuilleton zwischen einer relativ festen Form, greifbar und beschreibbar, wiederholbar, und einer beinahe freien Form, vom Autor souverän gewählt und gelegentlich verwendet“ (ebenda: 202). Wojtak (2004: 8) gebraucht bei der Charakteristik der Presstextsorten die Kategorie des Textmusters als Schlüsselbegriff, wobei sie folgende vier Dimensionen in Betracht zieht: den strukturellen Aspekt, den pragmatischen Aspekt, den Erkenntnisaspekt sowie den stilistischen Aspekt. Die Forscherin schlägt vor, neben dem kanonischen Textmuster auch ein alternierendes und ein adaptives Textmuster zu unterscheiden, um textsortenorientierte Konventionen darzustellen (vgl. ebenda: 8). Es ist schwierig, die festen Textsortenmerkmale des Feuilletons zu bestimmen, weil ihm eine Menge von Textmustern zugrunde liegt, die komplizierte und mehrdimensionale Beziehungen miteinander aufbauen. Da die Grenzen zwischen den Textmustern unscharf sind, erhebt keines der Textmuster den Anspruch, die Rolle des dominanten Textmusters oder Haupttextmusters zu spielen (vgl. ebenda: 236). Wojtak (2004: 202–237) und Pietrzak (2013: 10–15) haben das Feuilleton aus linguistischer Perspektive erforscht, was die Presseforschung über das Feuilleton ergänzt hat. Ihre Monographien ermöglichen es, die Textsortenmerkmale des Feuilletons, seinen Textsortenstatus und den Beitrag einzelner Autoren zur Herausbildung

⁸ Hier ist von Belang, dass die Presseforscher nicht unbedingt Polonisten sein müssen, daher hat man mit ihrer unterschiedlichen Perspektive der Feuilleton-Forschung zu tun.

und Stabilisierung von Textsortennormen aufzuzeigen⁹. Die Forscherinnen konzentrieren sich dagegen bei der Analyse auf ganz andere Besonderheiten der hier im Mittelpunkt stehenden Textsorte, zu denen u. a. die durch eine große Vielfalt der stilistischen Mittel gekennzeichnete Umgangssprache sowie thematische Freiheit, Emotionalität und Subjektivität gehören.

Bei Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski und Furman (2006: 90) ist zu lesen, dass sich diese Presstextsorte meistens durch Elemente der Ironie, der Satire, des Pasquills oder der Groteske auszeichnet. Der Zweck der journalistisch geprägten Presseforschung ist die Darstellung, wie verschiedene Textsorten ausgearbeitet werden sollten, damit sie einen möglichst breiten Leserkreis erreichen. Von Bedeutung ist hier, dass die Verfasser in ihrem Buch auf einen Überblick über den Forschungsstand verzichten, weil „viele der beschriebenen Phänomene in verschiedenen, oft widersprüchlichen oder sich noch entwickelnden Systematisierungen bereits dargestellt wurden“ (ebenda: 9). Die Presseforscher nehmen darüber hinaus an, dass das Feuilleton eine solche Textsorte ist, die sich nicht nur weiterentwickelt, sondern auch ihren festen Platz in allen neuen Medien gefunden hat.

In der polonistischen Presseforschung erscheinen viele interessante Betrachtungsweisen des Feuilletons – von kleineren Beiträgen über Dissertationen bis hin zu Monographien. Chudziński (2000: 203) betont in seiner Studie über das Feuilleton, dass die inhärenten Merkmale und Elemente dieser Textsorte Aphorismen, Paradoxe, Pointen, durchsichtiger Stil, Umgangssprache und Direktheit des Ausdrucks sind. Bei Janina Fras (1999: 51) hingegen können wir auf den Standpunkt stoßen, dass der Feuilletonist als ein Journalist, von Natur aus ungerecht in seinen Urteilen ist, da er Ereignisse und Fakten nur von seinem eigenen Gesichtspunkt aus bewertet. Stasiński (1982: 7) wiederum lenkt die Aufmerksamkeit auf die Form des Feuilletons und beschreibt sie als gesellschaftlich wie intellektuell im negativen Sinne des Wortes. Der Presseforscher meint, dass das Feuilleton etwas kritisiert und lächerlich macht, was aber nicht sein eigentlicher Zweck sei. Darüber hinaus stellt er fest, dass es „eine oberflächliche und verführerische Form“ hat – es ist Ritual, nicht Inhalt (vgl. Wolny-Zmorzyński et. al 2006: 89). Aus der oben dargestellten vielfältigen Perspektive von Presseforschern kann man schließen, dass bei der weiteren Erforschung des Feuilletons noch viel entdeckt werden kann.

Man sollte an dieser Stelle noch hinzufügen, dass die Mehrheit der polnischen Untersuchungen zu dieser Presstextsorte von Publizisten aus journalistischer Perspektive durchgeführt wird. Es unterliegt keinem Zweifel, dass das Feuilleton heutzutage in den Bereich der neuen elektronischen Medien Einzug hält und seine Verwendung in verschiedenen Medienarten auf Versuche hindeutet, es weiterzuentwickeln, was wiederum Presseforscher dazu veranlasst, den aktuellen Forschungsstand zum Feuilleton zu erweitern (ebenda: 90).

Auffassungen in der germanistischen Forschung

In der germanistischen Forschung beginnen die Schwierigkeiten bezüglich des Feuilletons bereits bei der Begriffsbestimmung, weil man bis heute unter *Feuilleton* Verschiedenes versteht. Ernst Eckstein (1876) ist der Autor einer ersten Geschichte des Feuilletons in einer Folge von Portraits seiner großen Vertreter. In Bezug darauf unterscheidet er *die Rubrik*

⁹ An dieser Stelle muss erwähnt werden, dass die Texte von H. Sienkiewicz, B. Prus und A. Świątochowski in der Analyse von Pietrzak (2013) berücksichtigt werden.

unter dem Strich und *die feuilletonistische Darstellungsweise* (vgl. Jäger 1988: 54). In der Rubrik des Feuilletons konnte man auf Notizen über Unglücksfälle, literarische Novitäten oder Theaterereignisse stoßen.

Eckstein bestimmt das Feuilleton nicht über die Rubrik oder den Stoff, sondern über die Haltung des Schreibenden und seine Darstellungsweise. Der Feuilletonist gibt uns die Dinge, wie sie sich in seiner Persönlichkeit widerspiegeln; er beleuchtet alles mit den Strahlen seiner individuellen Stimmung; er verrät überall die Teilnahme an dem Gegenstande (Jäger 1988: 54).

Bei Baßler (1994: 116) kann man lesen, dass *Feuilleton* die doppelte Bedeutung einer Zeitungsrubrik und einer Textgattung hat. Besonders wichtig ist, dass das Feuilleton Reportagen, Geschichten, Erzählungen, Kritiken, Anekdoten und Nachrichten beinhaltet.

Haacke (vgl. Haacke 1952: 203–204) macht in seinem „Handbuch des Feuilletons“ schon 1952 auf das Feuilleton als eine besondere Gattung aufmerksam. Als Gattungsmerkmale führt er Prosa, Kürze, Fehlen einer Handlung, Fehlen einer inhaltlichen Pointe und Ausgehen von etwas Nebensächlichem an.

In gleichem Sinne behandelt ein polemischer Aufsatz die Textsorte *Feuilleton* 1911 im *Türmer*¹⁰:

Ein literarisches Erzeugnis, bei dem das Inhaltliche überwiegt, ist ein Referat, eines bei dem das Formale überwiegt, ein Feuilleton. Es gibt keine Kunst des Feuilletons. Ein Kunstwerk ist immer sachlich, ein Feuilleton ist die Verneinung des Sachlichen, weil es eine Zusammenstoppelung ist von Arabesken und Ornamenten (Baßler 1994: 116).

Um den Begriff des Feuilletons besser zu erklären, greift man auch auf die Arbeiten von Haacke (1952: 203-204) zurück, die sich meistens auf das Feuilleton als Genre und Ressort sowie auf die Zeitschriftenforschung konzentrierten. Der Forscher war nicht nur Feuilleton- und Zeitschriftenforscher, sondern auch Feuilletonist, der selbst journalistisch tätig war (vgl. Bohrmann 2002: 24). In seiner zweibändigen „Feuilletonkunde“, mit der er sich 1942 an der deutschen Karls-Universität in Prag habilitierte, legte Haacke das dreiteilige Begriffsfeld des Feuilletons dar. Der Autor differenziert drei Gesichtspunkte des Feuilletons: a) *Ressort* oder *Sparte* – er bezeichnete sie als das *Feuilleton* in seinen Arbeitsformeln, b) *Stil* – die feuilletonistische Schreibweise und c) *Textsorte* – bzw. die publizistische Form zur Äußerung des Widerspruchs und zur Polemikführung (vgl. Kernmayer, Jung 2017: 2). Den Wert des Stils hat Haacke in den 1940er Jahren in den von ihm selbst analysierten Feuilletons bemerkt und die Stil-Forschung ist in den 1960er Jahren in fast allen Lebensbereichen en vogue geworden (vgl. Heinemann 2010: 146). Haacke hat in seiner Forschung den Stil als Schmuckelement wahrgenommen, also als die Verfeinerung der Rede, z. B. mithilfe von Redefiguren, Metaphern, Vergleichen oder Parallelismen (ebenda).

¹⁰ Der Titel einer Monatszeitschrift für Gemüt und Geist. Hier handelt es sich um den ersten Band, der im Oktober 1911 vom Stuttgarter Greiner & Pfeiffer Verlag veröffentlicht wurde.

Dass der Feuilleton- und Zeitschriftenforscher den Stil als ein Element des dreiteiligen Begriffsfelds des Feuilletons betrachtete, zeugt davon, dass die stilistischen Komponenten nicht nur als eine Art Zugabe zum Text verstanden werden, sondern zum Text selber gehören und damit ein inhärenter Bestandteil sind, eine fundamentale Eigenschaft von Texten (vgl. Heinemann, Wolfgang 2010: 162). Obwohl es Unterschiede im Verständnis des Feuilletons in beiden Sprachräumen gibt, kann man jedoch das Feuilleton in der polnischen und der deutschen Forschung auf der presse- und textsortenorientierten Ebene einer vergleichbaren Analyse unterziehen. Die Bezeichnung *Feuilleton* wird immer häufiger aus textsortenlinguistischer Perspektive als unklar betrachtet. An dieser Stelle kann man sich auf das Werk „Pressesprache“ von Heinz-Helmut Lüger (1995) beziehen, in dem es als Presstextsorte nicht genannt wird. Obwohl das Feuilleton heutzutage von manchen Presseforschern stiefmütterlich behandelt wird, versuchte man es im Jahre 1998 auf der Konferenz in Berlin unter dem Titel „Die lange Geschichte der ‘Kleinen Form‘ – ein Forschungskolloquium zu den historischen und systemischen Wissensbeständen zum Feuilleton“ im Kontext der anderen Textsorten bzw. Textsortengattungen zu situieren und sich auf die Methoden der quantitativen und qualitativen Feuilleton-Forschung zu konzentrieren. Eine Teilnehmerin, Almut Todorov, machte während der Tagung auf folgenden Aspekt aufmerksam:

Anhand aktueller Beispiele wies sie in den Wirtschafts-, Politik- und Sportteilen von überregionalen deutschen Blättern ästhetisierende, dekomprimierende, ironisierende und fikionalisierende Textmodi, also Sprachspiele, erzählende und selbstreflexive Momente, Mythisierungen, vieldeutige Text-Bild-Montagen u. a. weit abseits von herkömmlichen Nachrichtenmitteilungen auf (Kaufmann, Bogner 1999: 702).

Dem Zitierten kann man demnach entnehmen, dass sich das Feuilleton mit einem mediengeschichtlich relativ neuen Phänomen, der Tendenz zur Feuilletonisierung der Beiträge in allen Sparten der Presse, auseinandersetzt.

Alle Beiträge im Rahmen der Tagung wurden von Kaufmann und Bogner (1999) gesammelt und die Beteiligten dieses Forschungskolloquiums sind damals übereinstimmend zu dem Schluss gekommen, dass das Wissen um die Entwicklung des Feuilletons schrittweise vermehrt wird. Einige Jahre später kann man bei Christina Prüver (2007: 20) auf den schweren Vorwurf stoßen, dass zum Feuilleton viel zu wenig Inhaltsanalysen durchgeführt worden seien und die Feuilleton-Forschung nicht zu dem geplanten, systematischen und interdisziplinären Großunternehmen in der bisherigen germanistischen Forschungsgemeinschaft geworden sei. Hans-Werner Eroms (2008: 58) stellte in seinen Überlegungen bezüglich des Stils und der Stilistik die These auf, dass stilistische Mittel in Pressefeuilletons in besonders reichem Maße eingesetzt werden.

Dabei ist zu beachten, dass die vom Autor gewählten Stilmittel einen bestimmten Charakter der Aussagen widerspiegeln, was nicht nur einen bedeutenden Einfluss auf das Entstehen des Bildes von einem Feuilletonisten, sondern auch auf seine Verbindung mit dem Leser hat.

Wenn es um das gegenwärtige, sich durch unscharfe Grenzen, Offenheit und Subjektivität auszeichnende Feuilleton geht, muss betont werden, dass nur literaturwissenschaft-

liche, medienhistorische und mediensoziologische Beiträge zur Verfügung stehen, die dieser Textsorte auf ihrem Weg von der Zeitung zum Blog folgen und nach der medialen und kulturellen Funktion des Feuilletons u. a. als diskursiver Raum fragen (vgl. Kernmayer, Jung 2017: 2). Angesichts der Funktion des Feuilletons als „Knotenpunkt eines Netzwerks“ – so erwähnten die Autoren, in dem wirtschaftliche, gesellschaftspolitische, literarisch-künstlerische und mediale Diskurse zusammenlaufen, geht die neuere Forschung immer häufiger mit einer interdisziplinären Einstellung an das Feuilleton heran (ebenda: 22). In seinem Beitrag präsentiert Hoffmann (2011: 13) ein Konzept, das „funktionalstilistische Zusammenhänge erfassbar macht zwischen der thematisch relevanten Bezogenheit von Presstexten auf ‚Neuigkeit‘ (als Informations- bzw. Thementyp) einerseits und der stilistisch relevanten Betonung von Tatsachen, Meinungen, Erlebnissen (als Typen von ‚Neuigkeit‘) andererseits“. Erwähnenswert wäre noch, dass das Ergebnis der von Hoffmann (2011: 27) präsentierten Analyse, die erlebnissprachliche Prägung von Presstextsorten, an einem Beispiel der Textsorte ‚Feuilleton‘ demonstrierbar geworden ist. In seinen ergänzenden Bemerkungen hebt er hervor, dass die Analyse eines Beispiels der Textsorte *Feuilleton* als Modell zur Untersuchung der einstellungstilistischen Mehrdimensionalität journalistischer Textsorten dienen kann. Im Vergleich zum aktuellen Forschungsstand im polnischen Sprachraum sind mir keine germanistischen Studien bekannt, in denen das Feuilleton in zwei verschiedenen Sprachräumen verglichen und einer komplexen Analyse unterzogen wurde. Hoffmann (2011: 26) schenkt dem Erlebnisjournalismus besondere Beachtung, wenn er hervorhebt, dass es „noch nicht als eine feste linguistische Beschreibungskategorie behandelt wird“, aber das Feuilleton gehört seines Erachtens ohne Zweifel zu den erlebnisjournalistischen Textsorten. Ein Textsortenmerkmal bei dem Forscher, das über die Zugehörigkeit zu der Textsorte *Feuilleton* entscheidet, ist die Dichte an poetisierenden Stilmitteln, die eines der relevanten internen Merkmale ist (ebenda). Es handelt sich hier um mehrere in den Text des Feuilletons unverändert übernommene Auszüge aus literarischen Werken oder eine abwandelnde Anspielung auf eine jeweils erwähnte Passage. Im vorliegenden Beitrag stehen die Merkmale des Feuilletons aus textsortenorientierter Perspektive im Vordergrund und deswegen wird überprüft, inwieweit die von den polnischen Forschern unterschiedenen Textsortenmerkmale des Feuilletons in den veröffentlichten Texten der untersuchten Zeitungen realisiert werden.

Exkurs¹¹

Bei der Besprechung der Entstehungsgeschichte des Feuilletons haben sich zwei polnische Presseforscher interessanterweise vorgenommen, die Betrachtungsweise des deutschen Feuilletons in ihren Untersuchungen als eine Neuigkeit darzustellen. Wie man u. a. bei Stasiński (1982: 7) lesen kann, kann von einer Entwicklung des deutschen Feuilletons als Teil einer Zeitschrift zur unabhängigen literarisch-publizistischen Textsorte nicht gesprochen werden. Auf eine weitere, ziemlich untypische Beurteilung bezüglich des deutschen Feuilletons stoßen wir bei Chudziński (2012: 348), der in seinem Beitrag „Felieton“ die

¹¹ Dieses Unterkapitel wurde so betitelt, weil die Aussagen der darin zitierten Forscher zu anekdotisch anmuten, als dass sie in die obigen Definitionen integriert werden könnten – der wissenschaftliche Charakter dieses Unterkapitels könnte dadurch gestört werden.

Tageszeitung „Kurier Poznański“¹² erwähnt. Ein anonymes Feuilletonist, der für diese Tageszeitung schreibt, stellt in seinen Texten mithilfe der bildhaften und literarisch gefärbten Sprache unverblümt fest, dass er das Feuilleton für „ein geistiges Spruchgedicht“ und für „einen verschiedenfarbigen, literarischen kleinen Schmetterling“ hält, hingegen in Deutschland „nur kritzelige und verfehlte Erträge“ herausgegeben werden (ebenda)¹³. Als Beweis für seine These führt der anonyme Feuilletonist die Ergebnisse eines Wettbewerbs für das beste Feuilleton an, die in Leipzig veröffentlicht wurden, wobei sich unter 134 zugeschickten deutschen Texten sogar 80 als „unter aller Kritik“ erwiesen hätten, was bei den Jury-Teilnehmern die Überzeugung entstehen ließ, dass die „Autoren der Feuilletons einfach den Verstand verloren haben“, während die übrigen Texte vom Feuilletonisten sehr umgangssprachlich als *Nullachtfünfte* bezeichnet wurden (ebenda).

Externe Merkmale des Feuilletons

Für die empirische Forschung wurden vier Texte aus zwei verschiedenen Zeitschriften ausgewählt. Es ist hier polnische Magazin „Be active“ gemeint, aus dem die Feuilletons „Tik, tak tik, tak...“ (2018) und „SEZAMIE, OTWÓRZ SIĘ!“ (2017) unter die Lupe genommen wurden. Mit diesen zwei polnischen Feuilletons wurden aus der deutschen Zeitschrift „Vegan World“ folgende zwei Texte verglichen: „Bin ich schön?“ und „Leben und leben lassen“, die hingegen 2019 in „Vegan World“ erschienen.

Das polnische Magazin „Be active“ richtet sich an Frauen im Alter von 18–35 Jahren, die sich für einen aktiven Lebensstil und Gesundheit interessieren. Es präsentiert Themen, die Fitness, gesunde Ernährung, aber auch Psychologie, Sex, Mode und Schönheit betreffen. Das deutsche Magazin ist „Vegan World“, das Themen wie Ernährung, Gesundheit, Sport und Lifestyle behandelt und die Leser ermutigt, den veganen Lebensstil einmal auszuprobieren. Diese innovative Zeitschrift hatte ihr Debüt Ende Juni 2015 und wird bis heute herausgegeben. Verfügbar ist sie auch in elektronischer Version auf der Webseite veganworld.de. Der gemeinsame Nenner beider Magazine sind die nahezu identischen Themenbereiche.

Die von der Mehrheit der Forscher (sowohl der Sprachwissenschaftler als auch der Presseforscher) präsentierten Charakteristika des Feuilletons betreffen nicht nur interne, sondern auch externe Textsortenmerkmale, wobei zu betonen ist, dass diese Unterteilung die oben genannten Merkmale nicht als separat definiert, sondern vielmehr beide Merkmalsreihen sichtbar macht, die ein Ganzes bilden (vgl. Barańska-Szmitko 2014: 214). Für die Darstellung der externen und internen Textsortenmerkmale des Feuilletons wurden, wie bereits gesagt, je zwei Texte aus zwei kulturell unterschiedlichen Sprachräumen ausgewählt.

Die aus beiden Magazinen ausgewählten Feuilletons zeichnen sich durch Merkmale aus, zu denen man unter anderem Zyklizität, Einsatz von Bildern, graphische Hervorhebungen im Text oder seiner Segmente und den Umfang zählt (ebenda). Wichtig ist außerdem die Plat-

¹² Es handelt sich um die Ausgabe von 1939.

¹³ Es soll angemerkt werden, dass „Kurier Poznański“ 1872 gegründet wurde, daher haben wir mit Archaismen zu tun, die vom anonymen Feuilletonisten, der zwischen 1878 und 1880 unter dem gemeinsamen Titel „I z bliska i z daleka“ veröffentlichte, verwendet wurden.

zierung der Presstextsorte, d. h. eine Rubrik mit der kleingedruckten Aufschrift „Kolumne“, die sich über oder unter dem Text befindet. Diese Aufschrift kann man als ein zusätzliches Erkennungszeichen betrachten, das sofort auf die Stelle des Feuilletons in der deutschen Zeitschrift hinweist. Die polnische Zeitschrift „Be active“ hält es da anders. Der Leser wird gleich über das Inhaltsverzeichnis und die auffällige Gestaltung des Texttitels instruiert. Er muss nicht erst überlegen, mit welcher Presstextsorte er zu tun hat, weil das polnische Magazin „Be active“ den Text direkt als *felieton* bezeichnet, was als eine Gemeinsamkeit bezüglich der externen Eigenschaften des polnischen Feuilletons gilt. Ich möchte an dieser Stelle ergänzend darauf hinweisen, dass nur die Feuilletonistin Kasia Pontoizeau für das polnische Magazin schreibt¹⁴.

In den für die Fallstudie ausgewählten Feuilletons fällt vor allem der zyklische Charakter auf. Die Bestätigung solcher Zyklichkeit als ein Kriterium für Presseforschung ist die Veröffentlichung einzelner Texte/Feuilletons jeden Monat zu einem bestimmten Themenbereich. Im polnischen Magazin unterscheidet man solche Themenbereiche wie *be happy*, *fat loss*, *do it yourself*, *no problem*, *ask the experts* und *active travel*. Die Feuilletons in „Be active“ werden immer konsequent dem Themenbereich *be happy* zugeordnet. In der deutschen Monatszeitschrift „Vegan World“ ist besonders ersichtlich, dass die jeweils genaue Platzierung des Feuilletons in der Zeitschrift von den wechselnden Feuilletonisten abhängig ist, die das ganze Spektrum verschiedener und den zyklischen Charakter der Publikationen signalisierenden Mittel verwenden. Bei der Charakteristik der externen Merkmale der deutschen Feuilletons ist auffällig, dass jeder Autor seinen bestimmten Ort in der Zeitschrift hat und dabei die vor dem Text oder im Text benutzten Bilder eine bedeutende Rolle spielen. Man kann sie sogar als ein Erkennungszeichen des Autors betrachten¹⁵. Beispielsweise fällt in manchen deutschen Texten das Foto eines eleganten Mannes im maßgeschneiderten Anzug auf, der den Leser auf seinen vollen Teller, auf dem nur grüne Keimlinge sichtbar sind, aufmerksam machen will. Bemerkenswert ist, dass dieses Bild zum Ziel hat, nicht nur die Platzierung der in der Zeitschrift im Mittelpunkt stehenden Textsorte zu signalisieren, sondern dass sie sich auch auf eine bestimmte, mit der veganen Ernährung verbundene Thematik bezieht, die sehr oft angesprochen wird. Überraschend bei manchen deutschen Feuilletons ist ihr Umfang. Als Beispiel kann an dieser Stelle der Text unter dem Titel „Bin ich schön?“ dienen, dessen Inhalt vier volle Seiten einnimmt. Die ganze erste Seite dieses Feuilletons stellt zwei Frauen (eine Europäerin und eine Afroamerikanerin) dar, die Make-up auflegen und sich eine Frisur machen. Die ersten zwei Titelworte *Bin ich* befinden sich auf der ganzen ersten Seite des Textes, auf der die in weiße T-Shirts gekleideten Frauen einander gegenüberstehen. Dies kann zu dem Schluss führen, dass die Bildelemente, die hier den größeren Anteil des deutschen Feuilletons einnehmen, eine bedeutende Rolle bei der individuellen Textinterpretation spielen. Während die vielfarbigen, manchmal zu auffälligen Abbildungen in den polnischen Feuilletons einen Zusatz für den Text darstellen, sollte man sie in den deutschen Texten als eine Ergänzung zum Titel betrachten.

¹⁴ Auf diese Art und Weise sind die Feuilletons dieser Autorin signiert.

¹⁵ Über die Relation zwischen der Sprache und dem Bild spricht man in der multimodalen Linguistik von den sog. Sprache-Bild-Texten (Diekmannshenke et. al 2011). Über die Entwicklungsrichtungen der neuen linguistischen Teildisziplin aus der polnisch-deutschen Perspektive ist u. a. bei Gerd Antos und Roman Opiłowski (2015) oder bei Iwona Loewe (2018) zu lesen.

Charakteristisch in den polnischen Texten hingegen ist am häufigsten die erste Seite des Feuilletons, auf der man jeweils beim Text das Foto der Autorin im Kleinformat sieht; darüber, darunter oder um den verbalen Text herum werden vielfältige und bunte Grafiken oder persönliche Fotos aus dem Familienalbum der Autorin beigelegt, z. B. bei dem Thema über alle Frauenschätze, die sich in einer Damenhandtasche befinden, wird der Text mit all den für eine Frau notwendigen Sachen, also mit Kosmetika, Schlüsseln und sogar mit einem Schraubenzieher umgeben. Auffallend sind auch die Unterschiede in der Schriftgröße der polnischen Feuilletons, mit der die Autorin entweder etwas weniger Wichtiges ausdrücken kann (klein) oder ein Problem mit Nachdruck betonen will (groß). Wegen des begrenzten Artikelumfangs muss hier auf die Darstellung von Textpassagen und Graphiken verzichtet werden. Charakteristisch ist dabei auch die feste Segmentierung, von der die Autorin deutlich in ihren Texten Gebrauch macht¹⁶.

Innerhalb der externen Faktoren der ausgewählten Presstextsorte darf man aber ein relevantes Element nicht übersehen. Es handelt sich nämlich um ein kleines Zeichen, das dem Leser hilft, Inhalte zum gewählten Thema in der polnischen Zeitschrift zu finden, und das mit jedem einzelnen Text einhergeht. Die Menge der visuellen, schematisierten und wiederholbaren Elemente mit den spezifischen Merkmalen für jede Zeitschrift signalisiert der Leserschaft, mit welcher Textsorte sie zu tun hat, sollten textuelle Textsortenmerkmale sich nicht als ausreichend erwiesen haben (vgl. Maziarski 1976: 80). Bei den Texten, die die Leserschaft beispielsweise zum Sport, zur gesunden Ernährung und im Allgemeinen zum gesunden Lebensstil motivieren, ist in der oberen rechten Ecke ein „Möhrchen auf der Peitsche“ sichtbar, was direkt mit der seit dem neunzehnten Jahrhundert angewendeten phraseologischen Redewendung *mit Zuckerbrot und Peitsche* assoziiert werden kann¹⁷. Die Urheber dieses kleinen Zeichens wollten wahrscheinlich sowohl an belohnende als auch an bestrafende Maßnahmen anknüpfen, die ein bestimmtes Verhalten bewirken sollten. *Zuckerbrot* ist eine ältere Bezeichnung für süßes Gebäck. Es verführt die Leserschaft (hier eine Frau) zur Arbeit an der Traumfigur, während *Peitsche* für die unendliche Quälerei stünde, der man sich schon aussetzen müsste auf dem mühseligen Weg, schlanker zu werden. Die von den Autoren in den Feuilletons präsentierten Fotos und dargestellten Erfahrungen und Erlebnisse motivieren die Leserschaft, nach der schönen und attraktiven Figur zu streben, denn Schönheit und Attraktivität befähigen zum Erfolg im Beruf. An dieser Stelle darf man nicht die in der polnischen „Be active“ auffälligen Umschläge vergessen, die als ein Motivationsmittel betrachtet werden können, weil darauf immer attraktive Divas aus dem Showgeschäft im Badeanzug präsentiert werden.

¹⁶Ich hatte die Möglichkeit, den Kontakt mit der Autorin, Frau Pontoizeau, via soziale Medien aufzunehmen, und stellte ihr eine Frage nach der Form ihrer Texte. Die Feuilletonistin erklärte mir u. a., warum sie eine Befürworterin des schematischen Aufbaus sei. Sie ist der Meinung, dass man nur in einer solchen Struktur das Potential eines Textes sehen und nutzen kann, weil es der Autorin leichter fällt, Gedanken zu sammeln, und sich die Leserschaft dank einer von der Autorin geschaffenen *Karte* oder anhand der Unterpunkte, deren Aufgabe die Ordnung der zu Papier gebrachten Gedanken der Autorin ist, darin zurechtfindet.

¹⁷Auf die Bildhaftigkeit, Bildlichkeit und Metaphorizität idiomatischer Ausdrücke macht Günter Schmale (2020) in seinem Beitrag *Zur Interaktion von materiellem und idiomatischem Bild in deutschen Printwerbungen* aufmerksam.

Relevante interne Textsortenmerkmale des Feuilletons

Die ersten zwei Texte „Tik, tak tik, tak...“ und „SEZAMIE, OTWÓRZ SIĘ!“ wurden dem polnischen Magazin „Be active“ entnommen, das im Juni 2015 sein Debüt gab. Seine Chefredakteurin und Marketingbotschafterin ist Ewa Chodakowska. Bei der Auswahl der zwei weiteren Texte aus der deutschen Zeitschrift „Vegan World“, „Bin ich schön?“ und „Leben und leben lassen“ habe ich mich nach ihrer Aktualität gerichtet, nach der Knappheit ihrer Formulierungen, der aktiven Rolle der Journalisten sowie nach dem gemeinsamen Nenner der erwähnten Publikationsorgane, das heißt u. a. dem gesunden Lebensstil und der Themenfreiheit der Texte. Jedoch muss man hervorheben, dass die ausgewählten Kriterien bei der Bestimmung des Feuilletons in beiden Sprachräumen helfen. Ich habe mich für die Auswahl der oben genannten Texte entschieden u. a. wegen der Vielfalt der behandelten Themen. Darüber hinaus zeigen die ausgewählten Texte verschiedene Formen der Feuilletons. Interessant ist auch, dass die Textsortenmerkmale des Feuilletons in manchen Texten hervorgehoben werden, in anderen aber erst entdeckt werden müssen.

Bevor ich auf die relevanten inneren Textsortenmerkmale der behandelten Feuilletons eingehe, möchte ich das *Feuilleton* hinsichtlich der von Lüger (1995: 67) dargelegten Textklassen ohne Frage der Klasse meinungsbetonter Texte zuordnen. Es handelt sich hier um Texte, die eine Einordnung, eine Kommentierung eines gegebenen Sachverhalts ausdrücken, der jeweilige Intentionstyp wird mithilfe von *Bewerten* oder *Evaluieren* realisiert. Dank des meinungsbetonten Charakters der Texte werden die zentralen Aufgaben dieser Monatszeitschriften wahrgenommen. Sie betreffen vor allem aktuelle Ereignisse oder sprechen Probleme an, gegen die unsere zeitgenössische Gesellschaft ankämpft, und heben dabei bewertende, einordnende Autorenstellungen hervor (ebenda). Es ist nicht zu leugnen, dass man die Aktualität der Problematik und auch die thematische Beliebigkeit für ein relevantes Textsortenmerkmal des Feuilletons hält, worauf Wojtak (2004: 205) in ihren Ausführungen verweist. Die empirische Forschung zeigt solche Textsortenmerkmale des Feuilletons wie Textdesign, Intertextualität, stilistische Freiheit, bildhafter Ausdruck sowie das von den germanistischen Forschern nicht erwähnte Phänomen eines thematischen Parasitismus und das Prinzip der Mimesis. Diese Eigenschaften treten in allen analysierten Beispielen auf, werden aber manchmal unterschiedlich gestaltet. Darüber hinaus ermöglicht sie, zu überprüfen, inwieweit diese Merkmale in den analysierten Texten realisiert werden. Das Spektrum der internen Textsortenmerkmale ist ziemlich umfangreich und vielfältig, weshalb darunter diejenigen ausgewählt wurden, die die Forscher dem Feuilleton am häufigsten zuschreiben.

Bevor ich zu der Besprechung der bestimmten Textsortenmerkmale an den ausgewählten Texten überleite, möchte ich die Bedeutung der *Textkohärenz* als ein relevantes Textualitätskriterium in den ausgesuchten Feuilletons hervorheben. Die Kohärenz wurde bereits in den 1970er Jahren in internationalen Forschungsräumen wie etwa von Irena Bellert (1971), Teun Adrianus van Dijk (1977) bzw. Gerd Fritz (1982) untersucht. Robert-Alain de Beaugrande und Wolfgang Ulrich Dressler (1981: 5) haben in ihrer einflussreichen, seinerzeit als Standardwerk geltenden „Einführung in die Textlinguistik“ darauf hingewiesen, dass „Kohärenz die Funktionen betrifft, durch die die Komponenten der TEXTWELT, d. h. die Konstellation von KONZEPTEN (Begriffen) und RELATIONEN (Beziehungen), welche dem Oberflächentext zugrunde liegen, füreinander gegenseitig zugänglich und relevant sind“.

Darüber hinaus kann man gemäß dieser Forscher einem Text einen bestimmten Sinn zuschreiben, und zwar durch die Interaktion von „Textwissen“ und ‚gespeicherten Weltwissen‘ der jeweiligen Sprachverwender (ebd: 8). Im Prozess der Rezeption wird die Kohärenz in erster Linie als Verstehensleistung hergestellt. Zehn Jahre später hat sich die polnische Forscherin Teresa Dobrzyńska (1991: 161) mit Blick auf die Theorie von Beaugrande/Dressler (1981) folgendermaßen auf die thematische Textkohärenz bezogen: „Das Phänomen der thematischen Textkohärenz wird in einer statischen oder dynamischen Art und Weise gefasst, in Abhängigkeit davon, ob der Gegenstand der Überlegungen ein fertiger Text (Text als Produkt eines Kommunikationsaktes) ist, oder die Prozesse seiner Produktion und Interpretation“. Dobrzyńska (1991) wendet hier den Terminus *thematische Textkohärenz* an. Sie grenzt die zwei Kriterien der Textualität voneinander ab, also die Kohäsion von der Kohärenz. Sie definiert Kohäsion als „die Eigenschaft einer Satzfolge, die sich aus der Bedeutung bestimmter Exponenten ergibt, mit denen aufeinanderfolgende Satzglieder in einem Text verbunden werden und die Kohärenz hingegen manifestiert sich in der Interpretation von Sätzen in einem bestimmten Kommunikationsakt“ (ebenda: 148). Die Kohärenz ist folglich der Prozess der Wiedergabe eines Bedeutungsgehalts und die Interpretation ist für den Leser nicht schwierig, weil beispielsweise ein Subthema (ein Absatz) in dem ausgewählten Text „Tik, tak tik, tak...“ in ein anderes fließend übergeht, sodass es keinen unerwarteten Wechsel im Text gibt. Für den Rezipienten ist der Text also die Aufgabe, den Inhalt kohärent zu lesen, weshalb die Interpretation des Textes vom Leser keine Anstrengung erfordert. Es sei am Rande bemerkt, dass die Kohärenz nicht nur als ein Textmerkmal behandelt wird, sondern vor allem als das Ergebnis einer aktiven Lektüre des Rezipienten. Das Interesse an der Beziehung zwischen Kohärenz und Textverständlichkeit hat dazu geführt, dass sich die Perspektive der Kohärenzforschung in zunehmendem Maße verändert, und zwar von einer kohärenzproduktorientierten Perspektive zu einem Prozess der Kohärenzbildung, der sich auf die Rolle der Kohärenz in den Kommunikationsprozessen konzentriert, wie bei Angelika Storrer (2009: 263) zu lesen ist. Aufgrund der oben zitierten Methoden der Auffassung der Textkohärenz von Dobrzyńska (1991) kann man feststellen, dass eine dynamische Herangehensweise in den polnischen Feuilletons sichtbar wird, in der die Textkohärenz als Absicht der Autorin¹⁸ (der Senderin) und als das Kommunikationsziel, das die Autorin in ihrem Text erreichen will, zu betrachten ist. Das Kommunikationsziel im polnischen Magazin „Be active“ kann man als die Motivation nehmen, eine selbstständige und starke Frau zu werden, die an ihren Schwächen arbeitet, die an ihre Gesundheit und Bedürfnisse denkt und nach der Erfüllung ihrer Träume strebt. Um das Kommunikationsziel zu erreichen, verwendet die Autorin im Text „Tik, tak tik, tak...“ die sichtbare thematische Segmentunterteilung, die oben angesprochen wurde. In diesem Feuilleton fallen bezüglich der thematischen Segmentunterteilung Zwischentitel innerhalb des Textes, genauer gesagt, immer zwischen zwei Absätzen auf, dank derer die thematischen Segmente erkennbar für den Leser sind. Sabine Hackl-Rößler (2006: 136) schreibt, dass der Zwischentitel eine sprachliche Textdesigneinheit ist, die unabhängig vom Grundtext rezipiert werden kann und der Leserschaft die Textrezeption erleichtert. Als Beispiel seien einige Zwischentitel aus dem

¹⁸Wenn es um die polnische Zeitschrift „Be active“ geht, fällt dem Leser schon im Inhaltsverzeichnis der Titel des Feuilletons auf, dessen Autorin die einzige Feuilletonistin Kasia Pontoizeau ist.

Feuilleton „Tik, tak tik, tak...“ angeführt, die den Text in Segmente aufteilen: „Żyć tu i **Teraz**, a nie w **przyszłości**“, „Ja **kiedyś**, ja **obecnie**“, „Ogarnąć rzeczywistość“, und „Zacznij od **tej chwili**“. In jedem Zwischentitel wird eine temporale Relation ausgedrückt. Als Kohäsionsmittel fungieren ein Temporaladverb oder ein Nomen, die sich auf bestimmte Zeitpunkte im Leben der Feuilletonistin beziehen. Die gemeinsame Ebene aller Zwischentitel ist die Zeit, die laut der Autorin ein Feind des Menschen ist. Deswegen werden die Zwischentitel nicht nur als visuelle Gliederungseinheiten betrachtet. Sie sind in der polnischen Monatszeitschrift so gestaltet, dass der Leser einen neuen Impuls erhält und zum Weiterlesen des Textes motiviert wird (vgl. ebenda: 137). Eine ähnliche thematische Segmentunterteilung tritt nur in dem besprochenen deutschen Feuilleton „Bin ich schön?“ auf, wo im Text, der drei Seiten zählt, nur zwei Zwischentitel („Schönheit als Pflicht“ und „Harte Arbeit, softer Schein“) vorhanden sind, zwischen denen ebenfalls die Kohärenz auffällt, weil der Leser das Lexem *Pflicht* sofort mit dem Wort *Arbeit* assoziiert. Um die als dynamisch gefasste Textkohärenz zu verstehen, muss der Leser ein Autorenkonzept berücksichtigen, in dem die globale Textbedeutung in einem Kommunikationsprozess als ein Plan, den man während der Formulierung der weiteren Aussageabschnitte modifizieren und aktualisieren kann, zum Ausdruck kommt, was Dobrzyńska (1991: 162) in ihrem Beitrag „Tekst: próba syntezy“ bereits 1991 hervorhebt. Während des Informationsverarbeitungsprozesses versucht der Leser dieses Autorenkonzept zu rekonstruieren und ihm eigene weitere Interpretationen zuzuordnen, was zur Herstellung der Kohärenz auf seiner Seite führt.

Bei der empirischen Forschung des Feuilletons spielen Überschriften eine bedeutende Rolle, die man nicht nur als ein optisches Anfangssignal betrachten kann, sondern sie sollten auch die Aufmerksamkeit der Leserschaft erregen, um ihr Interesse zu wecken.

Im Sinne von Erhard Agricola (1972: 7) ist das Thema der inhaltliche Kerngedanke eines Feuilletons und gibt dessen Inhalt komprimiert wieder. In den besprochenen Texten kommen auch die Subthemen vor, die aus einem hierarchisch höherrangigen Thema, also dem Kerngedanken, erschlossen werden. Obwohl der Inhalt, im Allgemeinen die Thematik der Feuilletons, in den Zeitschriften weitgehend vom Autor abhängig ist, kann man im deutschen Magazin „Vegan World“, genauer im Zyklus „Der Graslutscher“ (das Feuilleton „Leben und leben lassen“), eine gewisse Konsequenz bei der Weiterführung eines Themas über die vegane Ernährung bemerken, die bei dem Text „Bin ich schön?“ jedoch nicht gewahrt bleibt. Außerdem bezieht sich der ganze Zyklus „Der Graslutscher“ als der einzige auf den Titel der Zeitschrift, während das erste Feuilleton „Bin ich schön?“ vom Streben nach dem perfekten Körper handelt. Wenn es um die polnische Zeitschrift „Be active“ geht, kann man feststellen, dass die unter die Lupe genommenen Texte mit dem Titel der Zeitschrift nicht verknüpft sind. An dieser Stelle kann man das Feuilleton „SEZAMIE, OTWÓRZ SIĘ!“ erwähnen, das sich auf das Innere der Damenhandtasche konzentriert. Die Feuilletons in der polnischen Zeitschrift betreffen ein eigenes, sich vom Kerngedanken des Magazins „Be active“ unterscheidendes Thema. Ihre alleinige Autorin bemüht sich aber, dem Charakter des Lifestyle-Magazins gerecht zu werden, d. h. in jedem der beiden Texte erwähnt sie, dass die Bewegungsaktivität einen bedeutenden Einfluss auf Erfolge in unserem Leben hat.

Eines der relevanten Textsortenmerkmale des Feuilletons, das besonders in der polnischen Zeitschrift auffallend ist, betrifft den Aspekt der Intertextualität. Einleitend muss betont werden, dass der Terminus *Intertextualität* von der bulgarisch-französischen Sprach-

wissenschaftlerin Julia Kristeva im Jahre 1967 geprägt wurde, die ihr Konzept in Bezug auf das Dialogizitätskonzept Bachtins entwickelt (vgl. Jakobs 1999: 14). Man sollte aber nicht vergessen, dass *Intertextualität* unterschiedlich verstanden werden kann.

Ulla Fix (2008: 31) erklärt in ihrem Beitrag den Begriff der Intertextualität folgendermaßen:

Der Gedanke, dass Texte sich immer auf Texte beziehen (müssen), liegt allen Auffassungen von Intertextualität zugrunde. Jeder Text wird vom Produzenten wie vom Rezipienten mit Bezug auf Textwissen und Texterfahrung, d. h. vor dem Hintergrund zuvor produzierter und rezipierter Texte, in der Kontinuität des jeweiligen Umgangs mit Texten wahrgenommen (Fix 2008: 31).

Der einzelne Text greift inhaltliche oder formale Elemente aus anderen Texten auf. Jeder Sprachverwender bedient sich bewusst oder unbewusst seines Wissens über Textmuster. Im Hinblick darauf unterscheidet man drei Typen der intertextuellen Beziehungen: die Beziehung zwischen Text und Textwelt, zwischen Text und Text und zwischen einem einzelnen Text und einem Textmuster (vgl. Fix 2000: 196). Im Feuilleton „SESAM, ÖFFNE DICH!“ fesselt schon der Titel die Aufmerksamkeit: die Worte aus der Geschichte „Ali Baba und die vierzig Räuber“ aus der Geschichtensammlung „Tausendundeine Nacht“. Diese magische Formel dient nicht nur der Aufmerksamkeitsregung des Lesers, sondern auch der Persiflierung und Parodierung in der Bedeutung der Damenhandtasche, deren Inhalt meistens überrascht. Die intertextuelle Relation kann man im gleichen Feuilleton schon im ersten Absatz bemerken, in dem die Autorin über ihre erste Sonntagstasche erzählt, in der sie ein Blumen-Stofftaschentuch bei sich hatte. Die Stofftaschentücher waren aufgrund der teuren Textilmaterialien, aus denen sie genäht wurden, eine Luxusware. Sie wurden mit Spitzen verziert und parfümiert und waren im 15. Jahrhundert ein wichtiger Teil der Kleidung. Als weiteres Beispiel der intertextuellen Relation kann man den Titel des Feuilletons „Tik, tak tik, tak...“ anführen, in dem die Autorin feststellt, dass die Mehrheit der Gesellschaft Zeit und damit Leben verschwendet, weil sie glaubt, nur noch wenig Zeit zu haben. Die Autorin beurteilt solche Einstellung negativ und deutet ironisch an, dass Menschen mit solcher Denkart nur „Anielski Orszak“ erwarten sollten. Der Sprachverwender assoziiert diese Bezeichnung mit dem Titel eines Kirchenliedes, das einen Abschiedscharakter hat und bei Beerdigungsfeiern gesungen wird. Eine ähnliche intertextuelle Bezugnahme findet man auch im Titel des deutschen Feuilletons „Leben und leben lassen“, dessen Worte als ein Spruch im ersten Teil von Friedrich Schillers Trilogie „Wallenstein“ verwendet wurden. Mit dem Titel des Feuilletons bringt der Autor seinen Widerspruch gegen die mangelnde Akzeptanz des Lebensstils (des Veganismus) zum Ausdruck. Die Redewendung *Leben und leben lassen* bedeutet, dass jeder Mensch so leben sollte, wie es ihm gefällt, aber auch tolerant sein und anderen deren Lebensweise zugestehen sollte.

In dem nächsten Schritt befaße ich mich mit einem weiteren relevanten, aber untypischen Textsortenmerkmal des Feuilletons, das metaphorisch von den polnischen Presseforschern *thematisher Parasitismus* genannt wird. Obwohl nur je zwei Texte aus beiden Sprachräumen ausgewählt wurden, muss darauf hinwiesen werden, dass sich die behandelten Feuilletons als repräsentativ erwiesen haben, um auf deren Grundlage einige relevante

Textsortenmerkmale des Feuilletons zu unterscheiden. Chudziński (1996: 183) macht darauf aufmerksam, dass das Phänomen des thematischen Parasitismus von Cyprian Kamil Norwid geprägt wurde. Der polnische Dichter behandelt den thematischen Parasitismus allerdings nicht als ein Merkmal des Feuilletons. Er hält das Feuilleton hingegen im Allgemeinen für eine parasitäre Textsorte, weil es aus anderen Texten bzw. Textsorten Nutzen zieht. Hierzu konstatiert Chudziński (2000: 208) wie folgt: „Ein Feuilleton kann über jedes beliebige Thema geschrieben werden, erst die subjektive Art und Weise, es zu verstehen und auszulegen, entscheidet über seine Textsortenzugehörigkeit“. Stasiński (1982: 9) erklärt den parasitären Charakter des Feuilletons folgendermaßen: „Das Feuilleton parasitiert an allen öffentlichen Äußerungsformen (z. B. an einem Brief, einer Rede, einem Leitartikel, einem amtlichen Schreiben oder sogar an verschiedenen Formen der zwischenmenschlichen Interaktion, wie ein privates Gespräch)“. In den beiden analysierten Texten dominiert die Subjektivität, die ohne Zweifel zu den Textsortenmerkmalen des Feuilletons gehört. Darüber hinaus ist die Subjektivität auch eines der Elemente des Tagebuches, an dem als einer Äußerungsform das Feuilleton parasitiert, allerdings wird sie in den Feuilletons vom Autor ostentativ manifestiert. Es handelt sich hier um eine private und trotzig-einstellige Einstellung zu der besprochenen Problematik, worauf Wojtak (2004: 205) hinweist. Nicht ohne Grund habe ich eben das Tagebuch erwähnt. Zu den typischen Textsortenmerkmalen des Tagebuchs gehören u. a. die Ich-Form, die Wiedergabe einer Handlung mit eigenen Worten oder die Emotionalität, das momentane Gefühl und die Reflexion. Diese Merkmale sind kennzeichnend auch für die analysierten Texte sowohl in „Be active“ als auch „Vegan World“ und zeugen davon, dass das Feuilleton an den anderen Pressetextsorten parasitiert. So, wie sich das Feuilleton die Textsortenmerkmale der anderen Äußerungsformen zu Nutze macht, das ist an dieser Stelle hervorzuheben, parasitiert es auch an deren Thematik, was besonders sichtbar bei den polnischen Feuilletons ist. Die Feuilletonistin in „Be active“ spricht Themenkreise an, die bekannt und sehr oft von den anderen Medien, u. a. im Radio oder Fernsehen, behandelt werden.

Zur Bestätigung der oben genannten Bemerkung erwähne ich das Feuilleton „Tik, tak tik, tak...“, in dem die Autorin das Thema des Zeitvergehens anspricht. Sie stellt fest, dass der Mensch seine eigene Existenz zu allgemein wahrnimmt und dabei die schönen und wertvollen Momente vergisst. Zusätzlich stellt sie in den Raum, dass das männliche Geschlecht bezüglich der Einkäufe immer noch ungeschickt ist. Die Autorin ironisiert, dass ein Mann, wenn er aufgefordert wird, Brot zu kaufen, nur mit BROT zurückkehrt, während die Frau noch Butter, Käse und Schinken meinte. Der deutsche Text „Leben und leben lassen“ berührt das Problem der mangelnden Akzeptanz für den Lebensstil (Veganismus), womit sich die Veganer immer häufiger in ihrer Umgebung und sogar in ihren Familien auseinandersetzen müssen. Im polnischen Feuilleton „SEZAMIE, OTWÓRZ SIĘ!“ stößt die Leserschaft, wie bereits erwähnt, auf das Thema der Damenhandtasche, deren Inhalt in Erstaunen versetzen kann. Einerseits ist diese Tatsache für alle Männer komisch und dabei unverständlich, andererseits sind die Frauen sich der mangelnden Ordnung in ihren Taschen bewusst, aber sie akzeptieren solchen Sachstand. Man kann nicht das Thema der Frauenschönheit im deutschen Text „Bin ich schön?“ unbeachtet lassen, das meistens als Leitthema in Lifestyle-Magazinen auftritt und ein jeweils bestimmtes Schönheitsideal aufdrängt. Es lässt sich nicht leugnen, dass die oben angeführten Themen, um es einmal kol-

loquial auszudrücken, abgedroschen sind. Der Leser ist sich über die in den Texten besprochenen Probleme, d. h. die mangelnde Akzeptanz für den Veganismus oder Komplexe, die das durch diese Magazine aufgedrängte Schönheitsideal hervorruft, im Klaren, und solche Problematik regt ihn zum Nachdenken an. Im Hinblick auf den früher besprochenen Aspekt der Intertextualität wurden die unterschiedlich expliziten und markierten intertextuellen Bezugnahmen angeführt, die gleichzeitig mit dem thematischen Parasitismus verbunden sind. Pietrzak (2013: 87) schreibt, dass die selbstverständliche Konsequenz des thematischen Parasitismus den Bezug zur Informationsquelle herstellt. Was die behandelten Feuilletons betrifft, bezieht sich der Autor nicht direkt auf die Informationsquelle, aber die Leserschaft kann die angewendeten Bezugnahmen sofort mit den konkreten literarischen Werken oder mit den an Stärke zunehmenden Vorurteilen assoziieren. In diesem Fall könnte man diesen thematischen Parasitismus als unauffällig bezeichnen.

Eines der wichtigsten Textsortenmerkmale, das besonders Interesse wecken könnte, ist die stilistische Freiheit. In den Feuilletons sowohl in „Be active“ als auch in „Vegan World“ wird die stilistische Freiheit als eine Möglichkeit verstanden, aus verschiedenen stilistischen Varietäten der Sprache zu schöpfen, worüber Wojtak (2004: 205–206) im Hinblick auf das polnische Feuilleton geschrieben hat. Die Sprachwissenschaftlerin hob hervor, dass diese Presstextsorte dabei ein großes Spektrum der stilistischen Mittel verwendet und sie auf eine eigenartige und individuelle Weise einsetzt oder Neologismen schafft. Wegen des begrenzten Artikelumfangs wird auf die Einteilung der stilistischen Mittel verzichtet. Ich beziehe mich nur auf solche, die in den ausgewählten Feuilletons am häufigsten auftreten. Sowohl in den polnischen als auch den deutschen Magazinen fällt die Umgangssprache auf, die der gesprochenen Sprache nahesteht und u. a. voller Kolloquialismen ist. In „Be active“ stößt man auf folgende Kolloquialismen wie *bzdury*; *cycki*; *beczenie*; *dziki*; *wkurzony*; es gibt viele Äquivalente des polnischen Wortes *bzdury* im Deutschen, beispielsweise: *Spinnerei*, *Quatsch*, *Gesülze* oder *Unsinn*; *halt die Klappe*, *Ausgang*; *muffig*. Auch in „Vegan World“ fehlt es nicht an Kolloquialismen und umgangssprachlichen Ausdrücken wie *brüllen*, *ein Stubenhocker*, *nerven*, *ein Klacks*, *ein Naiuling*, *verschlingen*, *jdm etw. eintrichtern*, oder an Wörtern, die als Vulgarismen fungieren wie: *vollkacken*, *verdamm* bzw. *beschissen*. Die stilistische Freiheit in den Feuilletons der deutschen Monatszeitschrift hebt sich durch zahlreiche Anglizismen ab. Als Beispiel können solche Wendungen dienen wie: *auf Standby schalten*, *seriously*, *sich outen*, *die Social-Media-Community*, *hype* oder *die Hardcore-Veganerin*, *Thank you, next!*, *Freaks*. Anstatt einer großen Zahl von Anglizismen fallen dem Leser in „Be active“ Vergleiche auf, die bildlich Gefühle und Erlebnisse – meistens der Autorin, darstellen. Ich führe hier nur einige an: „(...) ich fühlte mich wie ein Tier, oder besser gesagt, wie eine Vollblut-Milchkuh“; „(...) jagen, wie der Road Runner“; „Deine Träume sind wie in einem Glas verschlossene Schmetterlinge“; „(...) Tränen tropfen wie schwere Erbsen“; „(...) Eingedreht wie eine Sprungfeder (...)“; „(...) Quetsche ihn aus, wie eine saftige Zitrone“ u.v.m. Wenn es um Vergleiche in „Vegan World“ geht, muss man zugeben, dass sie eine nicht so hohe Frequenz wie in den polnischen Feuilletons zeigen. In Bezug darauf fallen mir nur zwei Beispiele ein: „eine Kuh so was wie ein biologischer Milchautomat ist (...)“; „(...) Am liebsten hätte ich auf sie eingeredet, wild gestikuliert und am Ende noch geweint wie ein Baby (...)“. Im Großen und Ganzen muss man hervorheben, dass besonders die Vergleiche in den polnischen Feuilletons eine bedeutende Rolle spielen. Die

so ausgefallenen stilistischen Mittel stellen den Beweis dafür dar, dass man die polnischen Feuilletons ohne jegliche Zweifel als literarisch-publizistische Textsorte betrachten kann. Die stilistischen Mittel, die die Autoren der beiden Lifestyle-Magazine so gern anwenden, sind Ausrufesätze und rhetorische Fragen, dank derer sich zwischen dem Sender und dem Rezipienten eine Beziehung anbahnen kann. Wegen des begrenzten Artikelumfangs zitiere ich nur je drei Beispiele von Ausrufesätzen und von mir so bezeichneten *offenen Fragen* aus „Be active“: „(...) Nein, natürlich nicht ! (...)“; „(...) Es gibt keinen Grund zur Eile – ich werde es schaffen! (...)“; „(...) Blicke nicht zurück und bereue nichts! (...)“ und aus „Vegan World“: „(...) Nein danke, auch kein kleines Stück! (...)“; „(...) aber einen Doktor in Biologie UND Chemie zu machen, das war ein Klacks! (...)“ oder „(...) Das ist doch nicht gesund! Anstatt dich natürlich zu ernähren, schüttetest du dich mit Chemie zu! (...)“. Wie vorher erwähnt wurde, regen die *offenen Fragen* aus der polnischen Monatszeitschrift zum Nachdenken und zur Reflexion an: „(...)Was ist mit der Gegenwart, die sich hier und jetzt abspielt? (...)“; „(...) Was ist mit der Lehre des Lebens, die wir bei jedem Schritt, in jeder Sekunde erleben? (...)“ oder „(...) Wer weiß, was hinter der Tür wartet? (...)“ und anschließend aus dem deutschen Magazin: „(...) Wie unser Essen im Jahr 2050 aussieht? (...)“; „(...) Wisst ihr, welchen Satz ich von Fleischessern wirklich nicht mehr hören kann? (...)“ oder „(...) Sie halten sich für nicht attraktiv genug. Was ist da los? (...)“. Schließlich verdienen besondere Aufmerksamkeit auch zahlreiche Epitheta, die einen bedeutenden Einfluss, am Beispiel der hier unter die Lupe genommenen vier Texte, auf den literarischen Charakter des Feuilletons nehmen. Darüber hinaus verschönern sie die Umgangssprache dieser Presstextsorte und verleihen ihr einen stärkeren Grad an Metaphorizität. Zum Vergleich wurden die interessantesten Epitheta aus den beiden Zeitschriften ausgewählt. Im polnischen Magazin fallen folgende Attribute auf: *dziewica fitness*, *niezmordowany plemnik*, *nieziemskie moce*, *nieznane głębie*, *zagraniczne cuda*, *czokoladowy wojownik* oder *diabelskie ustrojstwo*. Auf ähnliche Epitheta trifft die Leserschaft in „Vegan World“: *knuddelige Regenbogenwelt*, *supergelassene Veganer*, *hasserfüllte Kommentare*, *unzuverlässiges Bürschchen*, *nackte Verkaufszahlen*, *illusorisch utopisches Ideal*, *beschwipste Familienfeier*. Außer den oben genannten stilistischen Mitteln muss man hervorheben, dass es noch andere stilistische Mittel in den besprochenen Beispielen für Metaphern bzw. ironische Verkleinerungsformen gibt, aber wegen des begrenzten Umfangs des vorliegenden Beitrags konnten nur die häufigsten und auffälligsten von ihnen besprochen werden.

Am Ende der Analyse muss man noch kurz das Prinzip der Mimesis erwähnen, das ebenfalls charakteristisch für die Feuilletons sowohl in der deutschen als auch der polnischen Zeitschrift ist. Die Feuilletonistin, Joanna Szczepkowska (2000), die von Wojtak (2004: 219) zitiert wird, wendet meistens eine Nachahmungstechnik der Darstellung eines authentischen Phänomens an.

Das Prinzip der Mimesis in den behandelten Feuilletons nimmt einen anderen und tieferen Charakter an, weil in „Be active“ und „Vegan World“ die im Feuilleton dargestellte Welt meistens eine wahre Geschichte aus dem Leben der Autoren enthält, die Anlass zur Reflexion oder zum Suggestieren ihrer eigenen Sichtweise bietet. Die Feuilletonistin Kasia Pontoizeau erzählt von ihren eigenen Erfahrungen und Erlebnissen, die u. a. ihre Kindheit, ihre bisher realisierten Pläne oder ihre Mutterschaft betreffen. Trotz der wechselnden Autoren der Feuilletons in „Vegan World“ hat die Leserschaft hier ebenfalls mit der Darstellung

von authentischen Erlebnissen der Autoren zu tun, die aus diesem Grund in vielfältiger Art und Weise präsentiert werden. Die in der deutschen Zeitschrift dargestellten Geschichten legen ein starkes Bedürfnis nach Akzeptanz des veganen Ernährungsstils oder einfach des Aussehens nahe. Durch die Darstellung authentischer Geschichten treffen die Autoren ihre Auswahl und führen eine bestimmte Perspektive der Beschreibung ein, um im Text vor allem ihre eigene Lebensphilosophie widerzuspiegeln, was, und das muss an dieser Stelle betont werden, eine absichtliche und bewusst eingesetzte sprachliche Maßnahme ist.

Schlussbemerkungen

Die empirische Forschung ermöglichte mir, zu dem Schluss zu kommen, dass das *Feuilleton* genauso wie in der polnischen Forschung auch im deutschen Sprachraum als eine literarisch-publizistische Textsorte fungieren sollte, obwohl es heutzutage von manchen Presseforschern nicht für eine „richtige“ Presstextsorte gehalten wird. Man kann das deutsche Feuilleton nicht nur als einen belanglosen Text betrachten, der mithilfe einer dicken Linie von anderen Texten in der Zeitschrift abgehoben ist¹⁹. An dieser Stelle beziehe ich mich auf das dreiteilige Begriffsfeld des Feuilletons nach Haacke, das im theoretischen Teil dieses Beitrags beschrieben wurde und das sich auf die dritte Komponente des Feuilletons, also auf die *Textsorte* bzw. auf eine publizistische Form bezieht, die zur Äußerung des Widerspruchs und zur Polemikführung gebraucht wird (vgl. Kernmayer, Jung 2017: 2). Äußerung des Widerspruchs, dominierende Subjektivität, Polemikführung oder Vertretung seines eigenen Standpunkts sind ohne Zweifel die untrennbaren Eigenschaften der für diese Forschung gewählten deutschen Feuilletons. Deswegen bleibt die Hypothese von Haacke immer noch aktuell und das Feuilleton sollte in der deutschen Presse und Forschung als eigenständige Presstextsorte klassifiziert werden. Ein relevantes Textsortenmerkmal des Feuilletons beider Sprachräume, das es von anderen unterscheidet, ist seine thematische Freiheit – „Ein Feuilleton kann über jedes Thema geschrieben werden, nur die Art und Weise, wie es präsentiert wird, bestimmt seine Textsortenzugehörigkeit (...)“ (Chudziński 2000: 208). Bezüglich der Problematik der Feuilletons in „Be active“ muss betont werden, dass die Verfasserin der Texte konsequent Themen realisiert, die sie vorgeschlagen hat, ohne dabei die thematische Linie der Zeitschrift zu vergessen. Darüber hinaus wird den Feuilletonisten im Allgemeinen nachgesagt, dass sie eine Neigung zur Pointe haben und Wert auf einen aussagekräftigen Titel legen, was bei allen besprochenen Feuilletons der Fall ist. Die Autoren sowohl der polnischen als auch der deutschen Feuilletons verwenden ein breites Spektrum stilistischer Mittel und gehen mit diesem auf eine eigentümliche und individuelle Weise um. Die Analyse verdeutlicht, dass die stilistische Freiheit dieser Textsorte das alleinige Thema einer anderen Arbeit werden könnte, weil die stilistischen Mittel in besonders reichem Maße in Pressefeuilletons eingesetzt werden.

¹⁹Man muss aber darauf hinweisen, dass die analysierten Feuilletons dem deutschen und dem polnischen Lifestyle-Magazin entnommen wurden, nicht der lokalen Tageszeitung und hinsichtlich des Deutschlands, nicht auch der überregionalen Zeitungspressen.

Die durchgeführte Fallstudie hat gezeigt, dass solche internen Textsortenmerkmale wie Textdesign, Intertextualität, stilistische Freiheit, das Phänomen des thematischen Parasitismus und das Prinzip der Mimesis gemeinsam für beide Sprachräume sind. Daraus ziehe ich den Schluss, dass die polonistische Forschung dazu anregt, das *Feuilleton* in der deutschen Forschungsgemeinschaft als *selbstständige* Presstextsorte zu behandeln und seine Problematik weiter zu entwickeln.

Literatur

- Agricola, Erhard (1979): *Textstruktur. Textanalyse. Informationskern*. Leipzig.
- Antos, Gerd, Opiłowski, Roman (2015): W drodze do lingwistyki obrazu. Kierunki rozwoju nowej subdyscypliny lingwistycznej z perspektywy polsko-niemieckiej. In: *tekst i dyskurs – text und dyskurs*, 8, S. 11–36.
- Barańska-Szmitko, Anna (2014): Możliwości i ograniczenia felietonu jako narzędzia kreowania wizerunku jego autora. In: *Acta Universitatis Lodzianis Folia Litteraria Polonica*. T. 23, Nr. 1, S. 211–227.
- Baßler, Moritz (1994): *Die Entdeckung der Textur*. Tübingen.
- Bellert, I (1971): O pewnym warunku spójności tekstu. In: *Mayenowa, Maria, Renata (Hrsg.): O spójności tekstu*. Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk, S. 110–112.
- Bilut-Homplewicz, Zofia (2014): Kontrastywność rozumiana inaczej – germanistyczna lingwistyka tekstu z perspektywy badań polonistycznych. In: *Roczniki Humanistyczne*, LXII (8), S. 13–25.
- Bilut-Homplewicz, Zofia (2013): *Prinzip Perspektivierung: Germanistische und polonistische Textlinguistik - Entwicklungen, Probleme, Desiderata*. T. 1. *Germanistische Textlinguistik*. Frankfurt a. Main, Peter Lang Publishing Group.
- Bilut-Homplewicz, Zofia, Krauz, Maria (2017): Textorientierte Kontrastivität – Entwicklungen und Probleme In: Bilut-Homplewicz, Zofia, Krauz, Maria (Hrsg.): *Text im Fokus zweier Linguistiken: aus der polonistischen und germanistischen Forschung*. Frankfurt am Main, Peter Lang Publishing Group, S. 125–143.
- Bilut-Homplewicz, Zofia (2021): *Prinzip Perspektivierung: Germanistische und polonistische Textlinguistik - Entwicklungen, Probleme, Desiderata*. T. 2. *Polonistische Textlinguistik*. Berlin, Peter Lang Publishing Group.
- Bohrmann, Hans (2002): Als der Krieg zu Ende war. Von der Zeitungswissenschaft zur Publizistik. In: *Medien & Zeit. Kontinuitäten und Umbrüche. Von der Zeitungs- zur Publizistikwissenschaft*. Heft 2–3. Jahrgang 17. Wien, S. 12–33.
- Burger, Harald, Luginbühl, Martin (2014): *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. De Gruyter Mouton, Berlin–Boston.
- Chudziński, Edward (1996): Felieton. In: Bauer, Zbigniew, Chudziński, Edward (Hrsg.): *Dziennikarstwo i świat mediów*. Kraków, S. 181–194.
- Chudziński, Edward (2000): Felieton. Geneza i ewolucja gatunku. In: Bauer, Zbigniew, Chudziński, Edward (Hrsg.): *Dziennikarstwo i świat mediów*. Kraków, S. 197–213.
- Chudziński, Edward (2012): Felieton. In: Bauer, Zbigniew, Chudziński, Edward (Hrsg.): *Dziennikarstwo i świat mediów*. Kraków, S. 345–377.
- Czachur, Waldemar (2007): *Textmuster im Wandel. Ein Beitrag zur textlinguistischen Erforschung der Vereinsatzungen im 19. Jahrhundert*. Wrocław–Dresden.
- De Beaugrande, Robert-Alain, Dressler, Wolfgang, Ulrich (1981): *Einführung in die Textlinguistik. Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft*. Tübingen.

- Dickmannshenke, Hajo, Klemm, Michael, Stöckl, Harmut (2011): *Philologische Studien und Quellen. Bildlinguistik: Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin.
- Dijk, Teun, Adrianus van (1977): *Text and context. Explorations in the semantics and pragmatics of discourse*. London.
- Dobrzyńska, Teresa (1991): Tekst: próba syntezy. In: *Pamiętnik Literacki: czasopismo kwartalne poświęcone historii i krytyce literatury polskiej*. T. 82, Heft 2, S. 148–161.
- Eckstein, Ernst (1876): *Beiträge zur Geschichte des Feuilletons*. Erster Band. Zweite Auflage. Leipzig.
- Eroms, Hans-Werner (2008): *Stil und Stilistik*. Berlin.
- Fix, Ulla (2000): Aspekte der Intertextualität. In: Antos, Gerd, Brinker, Karl, Heinemann, Wolfgang, Sager Sven F. (Hrsg.): *Text- und Gesprächslinguistik*. Bd. 1: *Textlinguistik*. Berlin–New York, S. 449–457.
- Fix, Ulla (2008): *Texte und Textsorten – sprachliche, kommunikative und kulturelle Phänomene*. Frank & Timme Berlin.
- Fras, Janina (1999a): *Dziennikarski warsztat językowy*. Wrocław.
- Fritz, Gerd (1982): *Kohärenz: Grundfragen der linguistischen Kommunikationsanalyse*. Tübingen.
- Haacke, Wilmont (1969): Das Feuilleton in Zeitung und Zeitschrift. In: Dovifat, Emil (Hrsg.): *Handbuch der Publizistik*. T. 2. Berlin, S. 218–237.
- Hackl-Rößler, Sabine (2006): *Textstruktur und Textdesign: Textlinguistische Untersuchungen zur sprachlichen und optischen Gestaltung weicher Zeitungsnachrichten*. Tübingen.
- Heinemann, Wolfgang (2010a): Alles Stil oder was? Reflexionen zum Verhältnis von Text und Stil. In: Bilut-Homplewicz, Zofia, Mac, Agnieszka Smykała, Marta, Szwed, Iwona (Hrsg.): *Text und Stil*. Frankfurt a. Main, S. 145–165.
- Lüger, Heinz-Helmut (1995): *Pressesprache. 2., neu bearbeitete Auflage*. Niemeyer.
- Hoffmann, Michael (2011): Erlebnisbetontes Verbreiten von Neuigkeiten. Ein Beitrag zum Thema Pressesprache. In: Schäfer, Patrick, Schowalter, Christine (Hrsg.): *In mediam linguam Mediensprache – Redewendungen – Sprachvermittlung. Festschrift für Heinz-Helmut Lüger zum 65. Geburtstag*. Landau, S. 13–26.
- Hoffmann, Michael (2014): „Darüber müssen wir mal reden!“ Kolumnen in medienlinguistischer Differenzierung. In: Hauser, Stefan, Kleinberger, Ulla, Roth, Kersten Sven (Hrsg.): *Musterwandel – Sortenwandel. Aktuelle Tendenzen der diachronen Text(sorten)linguistik*. Bern, S. 209–243.
- Jakobs, Eva-Maria (1999): *Textvernetzung in den Wissenschaften: Zitat und Verweis als Ergebnis rezeptiven, reproduktiven und produktiven Handelns*. Tübingen.
- Janich, Nina (2008): Intertextualität und Text(sorten)vernetzung. In: Janich, Nina (Hrsg.): *Textlinguistik. 15 Einführungen*. Tübingen, S. 177–178.
- Jäger, Georg (1988): Das Zeitungsfeuilleton als literaturwissenschaftliche Quelle. Probleme und Perspektiven seiner Erschließung. In: *Bibliographische Probleme im Zeichen eines erweiterten Literaturbegriffs*. München, S. 53–71.
- Jedliński, Ryszard (1984): *Gatunki publicystyczne w szkole średniej*. Warszawa.
- Kaufmann, Kai, Bogner, Ralf Georg (1999): Die lange Geschichte der Kleinen Form. In: *Zeitschrift für Germanistik: Beiträge zur Feuilletonforschung: ein Forschungskolloquium zu den historischen und systemischen Wissensbeständen zum Feuilleton*. T. 9, Nr. 3, S. 702–705.
- Kernmayer, Hildegard, Jung, Simone (2017): Feuilleton. Interdisziplinäre Annäherungen an ein journalistisch-literarisches Phänomen. In: Kernmayer, Hildegard, Jung, Simone (Hrsg.): *Feuilleton. Schreiben an der Schnittstelle zwischen Journalismus und Literatur*. Bielefeld, S. 9–30.
- Loewe, Iwona (2018): Styl w mediach czy styl mediów? In: *Polskie Studia Slawistyczne*. Zweiter Band, Nr. 13, S. 177–186.

- Maziarski, Jacek (1976): Felieton. In: Maślanka, Julian (Hrsg.): *Encyklopedia wiedzy o prasie*. Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk, S. 80–89.
- Maziarski, Jacek (1967): Rozważania nad felietonem. *Zeszyty Prasoznawcze*, Nr. 1, S. 17–18.
- Norwid, Cyprian, Kamil (1968): O felietonie felieton. In: Gomulicki, Juliusz, Wiktor (Hrsg.): *Pisma wybrane*. T. 4: *Proza*. Warszawa, S. 185.
- Pietrzak, Magdalena (2013): *Wyznaczniki gatunkowe felietonu drugiej połowy XIX wieku na przykładzie tekstów Henryka Sienkiewicza, Bolesława Prusa i Aleksandra Świętochowskiego*. Łódź.
- Prüver, Christina (2007): *Willy Haas und das Feuilleton der Tageszeitung „Die Welt“*. Würzburg.
- Racic, Georg (1987): *Zur Konzeption und Strukturierung von literatur- und sprachbezogenen Beiträgen innerhalb der Kulturberichterstattung überregionaler Tageszeitungen im deutschen Sprachraum*. Tübingen.
- Rams, Stanisław (1970): Co to jest felieton? (Spór o definicję). In: *Profile*, Nr. 5, S. 46–49.
- Schmale, Günter (2020): Zur Interaktion von materiellem und idiomatischem Bild in deutschen Printwerbungen. In: *tekst i dyskurs – text und dyskurs*, 13, S. 235–251.
- Stasiński, Piotr (1982): Poetyka i pragmatyka felietonu. In: Sławiński, Janusz Balcerzan, Edward, Bartoszyński, Kazimierz (Hrsg.): *Z dziejów form artystycznych w literaturze polskiej*. T. 61. Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk-Łódź.
- Storror, Angelika (2009): Koherencja w hipertekstach. In: Bilut-Homplewicz, Zofia, Czachur, Waldemar, Smykała, Marta (Hrsg.): *Lingwistyka tekstu w Niemczech. Pojęcia, problemy, perspektywy. Antologia tłumaczeń*. Wrocław, S. 259–270.
- Szczepakowska, Joanna (2000): *Drugie podwórko*. Londyn.
- Wojtak, Maria (2004): *Gatunki prasowe*. Lublin.
- Wolny-Zmorzyński, Kazimierz, Kaliszewski, Andrzej, Furman, Wojciech (2006): *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*. Warszawa.

Das Verzeichnis der Feuilletons

- [Anonym] (2017): Leben und leben lassen. In: *Der Graslutscher. Vegan World*, S. 50.
- Pontoizeau, Kasia (2017): SEZAMIE, OTWÓRZ SIĘ !. In: *Be active*, Nr. 10, S. 54.
- Pontoizeau, Kasia (2018): Tik, tak tik, tak... In: *Be active*, Nr. 3, S. 40.
- Schnitzer, Carmen (2019): Bin ich schön?. In: *Vegan World*, Nr. 5, S. 12–15.

