MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Zur Wirkung und Wahrnehmung sprachlicher Varietäten im Kontext politischer Internet-Memes – eine Studie durchgeführt mit Studierenden in Österreich“

verfasst von / submitted by
Tanja Wechselberger, BEd

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Education (MEd)

Wien, 2021 / Vienna 2021

Studienkennzahl lt. Studienblatt / degree programme code as it appears on the student record sheet:	UA 199 506 510 02
Studienrichtung lt. Studienblatt / degree programme as it appears on the student record sheet:	Masterstudium Lehramt Sek (AB) Lehrverbund UF Deutsch UF Geographie und Wirtschaftskunde
Betreut von / Supervisor:	Univ.-Prof. Dr. Lars Bülow

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre eidesstattlich, dass ich die Arbeit selbständig angefertigt, keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt und alle aus ungedruckten Quellen, gedruckter Literatur oder aus dem Internet im Wortlaut oder im wesentlichen Inhalt übernommenen Formulierungen und Konzepte gemäß den Richtlinien wissenschaftlicher Arbeiten zitiert, durch Fußnoten gekennzeichnet bzw. mit genauer Quellenangabe kenntlich gemacht habe.

_____ _____

Ort, Datum Unterschrift

Danksagung

Ich möchte mich an dieser Stelle bei meinem Betreuer, Univ.-Prof. Dr. Lars Bülow, für seine tatkräftige Unterstützung sowie für die gute Betreuung bedanken. Weiters danke ich meiner Schwester Kerstin Maurer, die dabei half, Schreibfehler in dieser Arbeit zu reduzieren und meinem Verlobten Marcel Schweitzer, welcher mir moralische Unterstützung gab.

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung 1

2 Forschungsstand und Einordnung der eigenen Studie 2

3 Spracheinstellung und Sprachwahrnehmung 4

3.1 Spracheinstellung 4

3.2 Sprachwahrnehmung 8

4 politische Memes 13

4.1 Definition 13

4.2 Meme als Sprechakt 15

4.3 politische Memes und deren Funktionen 18

5 Politik in Österreich 20

5.1 Parteien in Österreich 20

5.2 Sebastian Kurz 22

5.3 Wahlverhalten Österreich 23

6 Methode 25

6.1 Umfragekontext 25

6.2 Stimuli 28

6.3 Skalendesign 33

6.4 Teilnehmende 37

6.5 Berechnungen 44

7 Präsentation der Ergebnisse 46

7.1 gepaarter t-Test 46

7.2 Semantisches Differential 53

7.3 Korrelationen 57

8 Diskussion der Ergebnisse 68

9 Zusammenfassung und Ausblick 73

10 Anhang 79

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Verlaufskurve Meme (DWDS o.J.) 13

Abbildung 2: Aufbau von Image Macros – eigene Darstellung (vgl. Osterroth 2015:31) 16

Abbildung 3: Beispiel für den Aufbau einer Image Macro-Adaption – eigene Darstellung 17

Abbildung 4: politische Einordnung der Parteien (IAMS-Studie 2017: 1)..... 21

Abbildung 5: politische Einordnung der Parteien 2 (Winter 2017) 22

Abbildung 6: Wahlergebnisse der Nationalratswahl 2019 in Österreich - eigene Darstellung (Datengrundlage: vgl. Bundesministerium für Inneres 2019)..... 23

Abbildung 7: Wahlergebnisse der Europawahl 2019 in Österreich – eigene Darstellung (Datengrundlage: vgl. Statista 2021) 24

Abbildung 8: Image Macro-Adaption 1 (PR) – Standard..... 29

Abbildung 9: Image Macro-Adaption 2 (Transparenz) – Standard..... 29

Abbildung 10: Image Macro-Adaption 3 (Skigebiete) – Standard 29

Abbildung 11: Image Macro-Adaption 4 (Kaufhaus Österreich) – Standard 29

Abbildung 12: Image Macro-Adaption 5 (Abschlussarbeit) – Standard 30

Abbildung 13: Image Macro-Adaption 6 (Wohnung) – Standard 30

Abbildung 14: Image Macro-Adaption 1 (PR) – Dialekt 31

Abbildung 15: Image Macro-Adaption 2 (Transparenz) – Dialekt 31

Abbildung 16: Image Macro-Adaption 3 (Schigebiete) – Dialekt..... 31

Abbildung 17: Image Macro-Adaption 4 (Kaufhaus Österreich) – Dialekt..... 31

Abbildung 18: Image Macro-Adaption 5 (Abschlussarbeit) – Dialekt 31

Abbildung 19: Image Macro-Adaption 6 (Wohnung) – Dialekt 31

Abbildung 20: Geschlecht der ProbandInnen (n = 219) 38

Abbildung 21: Alter der ProbandInnen (n = 219) 38

Abbildung 22: Muttersprache der ProbandInnen (n = 219) 39

Abbildung 23: Wahlergebnisse der ProbandInnen bei der Nationalratswahl 2019 in Österreich (n = 219) 39

Abbildung 24: politische Einordnung der ProbandInnen (n = 219) 40

Abbildung 25: Anzahl der verstandenen inhaltlichen Anspielungen der Image Macro-Adaptionen (n = 219) 40

Abbildung 26: politisches Interesse der ProbandInnen (n = 219) 41

Abbildung 27: Partizipation der ProbandInnen an traditionellen politischen Aktivitäten (n = 219) 41

Abbildung 28: Partizipation der ProbandInnen an digitalen politischen Aktivitäten (n = 219) 42

Abbildung 29: Mediennutzung der ProbandInnen (n = 219) 43

Abbildung 30: Ansehen dialektaler Sprechweisen im Freundeskreis der ProbandInnen (n= 219) 43

Abbildung 31: Dialektkompetenz der ProbandInnen (n = 219) 44

Abbildung 32: Ergebnisse – Image Macro-Adaption 1 (PR) 46

Abbildung 33: Ergebnisse – Image Macro-Adaption 2 (Transparenz) 47

Abbildung 34: Ergebnisse – Image Macro-Adaption 3 (Skigebiete) 48

Abbildung 35: Ergebnisse – Image Macro-Adaption 4 (Kaufhaus Österreich) 48

Abbildung 36: Ergebnisse – Image Macro-Adaption 5 (Abschlussarbeit) 49

Abbildung 37: Ergebnisse – Image Macro-Adaption 6 (Wohnung) 49

Abbildung 38: Adjektivpaare ohne signifikanten Ergebnissen (Adaption 1-3) 51

Abbildung 39: Adjektivpaare ohne signifikanten Ergebnissen (Adaption 4-6) 52

Abbildung 40: Effektstärken 53

Abbildung 41: semantisches Differential – Sprache des Memes (n = 219) 54

Abbildung 42: semantisches Differential – Meme als Ganzes (n = 219) 55

Abbildung 43: semantisches Differential – memetische Funktionen (n = 219) 55

Abbildung 44: politische Orientierung und Bewertung der Image Macro-Adaptionen im Dialekt 56

Abbildung 45: politische Orientierung und Bewertung der Image Macro-Adaptionen im Standard 56

Abbildung 46: Korrelation – Image Macro-Adaptionen Dialekt & Dialektkompetenz . 57

Abbildung 47: Korrelationen – Image Macro-Adaptionen Standard 58

Abbildung 48: Korrelation – Partei & lustig (Meme als Ganzes) 59

Abbildung 49: Korrelation – lustig (Meme als Ganzes) & inhaltliche Anspielung 60

Abbildung 50: Korrelation – vertrauenswürdig (Meme als Ganzes) & Partei 60

Abbildung 51: Korrelation – politische Informationen in sozialen Netzwerken liken & memetische Funktion liken (Standard) 61

Abbildung 52: Korrelation – politische Informationen in sozialen Netzwerken liken & memetische Funktion liken (Dialekt) 61

Abbildung 53: Korrelation – politische Informationen in sozialen Netzwerken teilen & memetische Funktion teilen (Standard) 62

Abbildung 54: Korrelation – politische Informationen in sozialen Netzwerken teilen & memetische Funktion teilen (Dialekt) 62

Abbildung 55: Korrelation – Sprache des Meme & digitale Partizipation 63

Abbildung 56: Korrelation – Meme als Ganzes & digitale Partizipation 64

Abbildung 57: Korrelation – memetische Funktionen & digitale Partizipation 64

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sprachwahrnehmung 9

Tabelle 2: übernommene Korrekturen der ProbandInnen 30

Tabelle 3: Adjektivpaare – die Sprache des Memes 34

Tabelle 4: Adjektivpaare – das Meme als Ganzes 35

Tabelle 5: Adjektivpaare – die memetischen Funktionen 36

Tabelle 6: signifikante Ergebnisse des t-Tests 50

Tabelle 7: Korrelation – Nutzung sozialer Medien & Meme-Bewertungen (aggregiert) 65

Tabelle 8: Korrelation – politisches Interesse & Meme-Bewertungen (aggregiert) ... 65

Tabelle 9: Korrelation – politische Online-Partizipation & Meme-Bewertungen (aggregiert) 66

Tabelle 10: keine Korrelation – politische Offline-Partizipation & Meme-Bewertungen (aggregiert) 67

Abstract (Deutsch)

Diese Masterarbeit untersucht die Wirkung und Wahrnehmung sprachlicher Varietäten im Kontext politischer Internet-Memes anhand von Studierenden in Österreich. Um die Forschungsfrage, inwiefern sich die Spracheinstellungen zum Standard- und Dialektgebrauch im Kontext politischer Image Macros bei Studierenden aus Österreich unterscheiden, beantworten zu können, wurde Studierenden aus Wien und Salzburg ein Online-Fragebogen mit selbst kreierten Image Macro-Adaptionen vorgelegt. Die Image Macro-Adaptionen, welche ausschließlich Bilder von Sebastian Kurz beinhalten, wurden anhand einer 5-stufigen Skala bewertet. Dabei bekam der/die ProbandIn entweder die Image Macro-Adaptionen im Standard oder im Dialekt zu sehen.

Für die Masterarbeit wurden insgesamt drei Hypothesen aufgestellt und überprüft. Die erste Hypothese, dass Image Macro-Adaptionen, deren Sprachbestandteile im Standard verfasst sind, eine positivere Wirkung und Wahrnehmung evozieren als Image Macro-Adaptionen, die im Dialekt geschrieben wurden, konnte weder bestätigt noch belegt werden. Eine zweite These, die besagt, dass Studierende, welche die ÖVP wählen, die Image Macro-Adaptionen als weniger lustig wahrnehmen als Studierende, die eine andere Partei gewählt haben, konnte nicht verifiziert werden. Auch die Annahme, dass Studierende mit geringer Dialektkompetenz die Image Macro-Adaptionen mit Sprachbestandteilen im Dialekt negativer bewerten würden als Studierende mit hoher Dialektkompetenz, wurde widerlegt.

Abstract (english)

This master's thesis examines the effect and perception of linguistic varieties in the context of political Internet memes on the basis of students in Austria. To answer the research question to what extent language attitudes towards standard and dialect usage in the context of political image macros differ among students from Austria, students from Vienna and Salzburg were presented with an online questionnaire containing image macro adaptations they had created themselves. The image macro adaptations, which exclusively contained images of Sebastian Kurz, were rated using a 5-level scale. The subject was shown the image macro adaptations either in standard or in dialect.

A total of three hypotheses were formulated and tested for the master's thesis. The first hypothesis, that image-macro-adaptations whose speech components are written in standard will evoke a more positive effect and perception than image-macro-adaptations written in dialect, could neither be confirmed nor proven. A second hypothesis, that students who voted for the Austrian People's Party (ÖVP) perceived the image macro-adaptations as less funny than students who voted for another party, could not be verified. Also, the assumption that students with low dialect competence would evaluate the image macro adaptations with language components in dialect more negatively than students with high dialect competence could not be disproved.

1 Einleitung

Memes zählen zu den weitverbreitetsten Internetphänomenen des 21. Jahrhunderts (vgl. Schmidt und Lingg 2020: 1f). Aufgrund der Digitalisierung sind sie überall zu finden, sei es auf Social-Media-Plattformen wie Facebook oder Instagramm, in Internetforen, in WhatsApp-Gruppen oder auf Werbeplakaten. Sie verbreiten sich auf der ganzen Welt und verwenden unterschiedliche Bildinhalte, wie z.B. Fotos von berühmten Personen, klassischen Künstlern oder Politikern.

Die größte Art von Meme stellt das Image Macro dar, welches als ein Bild mit einer Nachricht, die oben und unten auf dem Bild platziert ist, definiert werden kann (vgl. Grundlingh 2017: 9). Die Sprache der Nachricht kann dabei frei gewählt werden, da eine wesentliche Besonderheit von Memes deren Veränderung und Weitergabe an andere Personen ist (vgl. Osterroth 2019a: 44).

Deshalb wurden im Rahmen dieser Masterarbeit Image Macro-Adaptionen sowohl mit Textbestandteilen im Standard als auch im Dialekt erstellt, um die Wirkung und Wahrnehmung sprachlicher Varietäten im Kontext politischer Internet-Memes zu analysieren. Es handelt sich dabei um eine explorative Untersuchung, da Internet-Memes in Bezug auf Spracheinstellungen bislang noch nicht erforscht wurden.

Die Masterarbeit wird mit einem kurzen Überblick über den Forschungsstand eingeleitet. Nachdem die eigene Studie eingeordnet und die Forschungsfrage mit den aufgestellten Hypothesen genannt wurden, wird relevante Literatur zu den Themen Spracheinstellung und Sprachwahrnehmung angeführt. Danach folgt ein Kapitel zu den politischen Memes mit Begriffserklärungen. Weiters wird das Meme als Sprechakt thematisiert und seine Funktionen werden aufgegriffen. Im Anschluss daran wird eine Übersicht über die Politik in Österreich gegeben. Die verwendete Methodologie und Informationen zum Umfragekontext, zu den erstellten Stimuli und verwendeten Skalendesign werden ebenfalls erläutert. Im Anschluss werden die ProbandInnen beschrieben und Erläuterungen zur Berechnung der Ergebnisse gegeben. Die Präsentation und Diskussion der Ergebnisse finden im nächsten Schritt statt. Die Masterarbeit wird mit einer Zusammenfassung der wichtigsten Aspekte und einem Ausblick abgeschlossen.

2 Forschungsstand und Einordnung der eigenen Studie

Bislang wurden einige Definitionsversuche für Memes unternommen (z.B. Davison 2012, Ciorli 2017, Grundlingh 2017), jedoch waren diese für die linguistische Forschung zu unpräzise. Die anerkannte und zentrale Definition zu Internet-Memes wurde von Shifman im Jahr 2014 formuliert. Shifman (2014: 41) definiert Internet-Memes als „(a) a group of digital items sharing common characteristics of content, form, and / or stance, which (b) were created with awareness of each other, and (c) were circulated, imitated, and / or transformed via the Internet by many users".

Obwohl der Begriff Internet-Meme verschiedene Textklassen umfasst, werden Image Macros häufig als deren Prototyp wahrgenommen (vgl. Grundlingh 2017: 9). Als Image Macro wird ein Bild mit einer Nachricht bezeichnet, die oben und unten auf dem Bild platziert ist – hierauf wird im Kapitel 4.1 Definition noch genauer eingegangen. Image Macros stellen die bekannteste und beliebteste Art von Memes dar, deshalb werden für die Masterarbeit ebenso Image Macro-Adaptionen verwendet.

Internet-Memes werden von vielen Menschen als Kommunikationsmittel verwendet benutzt, dennoch weist die Internet-Meme-Forschung bislang große Lücken im Bereich der Kommunikations- und Sprachwissenschaft auf, die geschlossen werden müssen (vgl. Johann und Bülow 2018). Aus diesem Grund soll diese Masterarbeit dazu beitragen, die Internet-Meme-Forschung mit Fokus auf die Spracheinstellungen voranzutreiben.

Im Bereich der Spracheinstellungsforschung wurden bereits einige Untersuchungen (z.B. Schoel und Stahlberg (2012), Soukup (2009) und Goldgruber (2011)) durchgeführt und diese führten zum Ergebnis, dass der Dialekt und der Standard unterschiedlich wahrgenommen werden. Welche konkreten positiven und negativen Zuschreibungen zum Dialekt und zum Standard vorhanden sind, wird im Kapitel 3.2 Sprachwahrnehmung behandelt.

Das Ziel der Masterarbeit ist die Untersuchung der Wirkung und Wahrnehmung sprachlicher Varietäten im Kontext politischer Internet-Memes. Dies soll anhand von politischen Image Macro-Adaptionen analysiert werden, welche mithilfe des Online-Tools „imgflip" selbst kreiert und von Studierenden in Wien und Salzburg bewertet

werden. Bei der Erstellung der Image Macro-Adaptionen wird auf Bilder von Sebastian Kurz zurückgegriffen, da davon auszugehen ist, dass alle Studierenden den Bundeskanzler von Österreich kennen. Außerdem wird mit authentischen Aussagen gearbeitet.

Die Forschungsfrage, die anhand meiner Masterarbeit beantwortet werden soll, lautet:

- Inwiefern unterscheiden sich die Spracheinstellungen zum Standard- und Dialektgebrauch im Kontext politischer Image Macro-Adaptionen bei Studierenden aus Österreich?

Zu dieser Forschungsfrage werden folgende ungerichtete Hypothesen aufgestellt:

- H1: Image Macros-Adaptionen, deren Sprachbestandteile im Standard verfasst sind, evozieren eine positivere Wirkung und Wahrnehmung als Image Macro-Adaptionen, die im Dialekt beschrieben wurden.

- H2: Studierende, welche die ÖVP wählen, nehmen die Image Macro-Adaptionen als weniger lustig wahr als Studierende, die eine andere Partei gewählt haben.

- H3: Studierende mit geringer Dialektkompetenz bewerten die Image Macro-Adaptionen mit Sprachbestandteilen im Dialekt negativer als Studierende mit hoher Dialektkompetenz.

3 Spracheinstellung und Sprachwahrnehmung

3.1 Spracheinstellung

Spracheinstellungen sind eine wesentliche Eigenschaft sozialer Praxis und haben einen großen Einfluss auf die Verwendung, Wahrnehmung und Bewertung von Sprache. So beeinflusst beispielsweise die Bewertung einer regionalen Varietät oder die Einschätzung von Charaktereigenschaften eines Menschen das Verhalten in bestimmten Situationen. (vgl. Purschke 2020: 2)

Lenz (2003: 263f) erklärt, dass Einstellungen nach dem mentalistischen Konzept von Allport (1954), dies ist ein psychologisch-philosophisches Konzept, als Meinungen und Wertungen definiert werden, welche drei Darstellungskomponenten beinhalten: kognitive, evaluative und konative Komponenten. Zu der kognitiven Komponente zählt das *Know-How* über das betreffende Objekt. Das sind beispielsweise Ansichten, die aufgrund von Beobachtungen und Erfahrungen entstanden sind, interferentielle Meinungen, also neue Ansichten, die von bestehenden Überzeugungen beeinflusst werden und informative Ansichten, welche als Grundlage die Meinung von Behörden über das Objekt teilen. Wird die kognitive Komponente hinsichtlich des Objekts „Sprache“ betrachtet, so könnten Meinungsäußerungen über die Funktion oder das Wesen der Sprache sowie ihrer Varietäten (z.B. „Dialekt ist die Sprache der Bauern“) Beispiele für kognitive Spracheinstellungen sein. Um die kognitiven Überzeugungen zu stützen, werden emotionale Werte verwendet, welche in der evaluativen Komponente enthalten sind. Beispiele für die zweite Komponente sind Bewertungen wie z.B. „Dialekt schafft Vertrauen“. Die konative Komponente wandelt Meinungsäußerungen und Wertungen in Handlungsintentionen um. Ein Beispiel dafür wäre, dass Personen, welche Wert auf das Erlernen des Hochdeutschen legen, dies im Erziehungsstil bei ihren Kindern berücksichtigen werden. Ein weiteres Beispiel für die konative Komponente nennt Kleene (2020a: 22). Sie beschreibt die konative Komponente als das Verhalten gegenüber dem Referenzobjekt. Wenn beispielsweise ein Dialekt als sympathisch und freundlich empfunden wird, so verhält sich die Person gegenüber dem/der DialektsprecherIn ebenso freundlich. Das 3-Komponenten-Modell erntet jedoch auch Kritik, da die drei

Ebenen nicht scharf voneinander getrennt, sondern miteinander verknüpft sind. Dementsprechend definiert Lenz (2003: 263) Spracheinstellungen folgendermaßen:

> „seit Anfang der 70er Jahre [spricht man in der deutschsprachigen Linguistik] von 'Spracheinstellungen' und meint damit wertende Dispositionen, die einzelne Menschen oder soziale Gruppen gegenüber sprachlichen Erscheinungen haben. Spracheinstellungen sind besonders Haltungen gegenüber Sprachen, Sprachvarietäten oder Sprachverhalten anderer Individuen oder Gruppen, oft mit wertender Berücksichtigung der jeweils eigenen Sprache. Wie andere Einstellungen gelten Spracheinstellungen als erlernt, relativ beständig, wenn auch veränderbar."

Ein weiterer Ansatz aus der Sozialpsychologie, um Einstellungen zu definieren, lautet, dass Einstellungen eine „erlernte Bereitschaft oder die Disposition einer Person [...], auf ein Objekt (Sache, Person, Idee) mit bestimmten Gefühlen, Wahrnehmungen und Begriffen sowie bestimmten Verhaltensmustern zu reagieren" sind (Kleene 2020a: 21).

Gemäß Purschke (2020: 2) entstehen Einstellungen in Form von „relevance-driven targeting and evaluation routines [...] that sediment in an individual's stock of knowledge and are situationally (re)constructed in interaction". Einstellungen können demnach als Bewertungen über Alltagsphänomene verstanden werden, welche in Form von Haltungen z.B. in Sprechakten sichtbar werden (vgl. Purschke 2020: 2). Nach einer weiteren Definition sind Einstellungen "a favorable or unfavorable evaluative reaction toward something or someone, exhibited in one's beliefs, feelings, or intended behavior" (Purschke 2015: 37). Diese Definition von Einstellungen hebt den Ausdruck in der Interaktion hervor. (vgl. Purschke 2015: 37)

Die (Sprach)-Einstellungsforschung setzt sich somit zum Ziel, das Verhalten und die Reaktionen von Personen gegenüber Sprachvarietäten zu untersuchen (vgl. Malić 2016: 17). Einen wesentlichen Beitrag dafür leistet die Sozialpsychologie, die auch den Grundstein für die Erforschung von Spracheinstellungen lieferte. Hartung (2006: 60) erwähnt die Problematik der Beobachtbarkeit, die sich beim Erhebungsprozess von Einstellungen ergibt. Diese ist nicht direkt gegeben, da Einstellungen vom Verhalten abgeleitet werden und entweder positive oder negative Bewertungen gegenüber einem Objekt – zum Beispiel gegenüber der Sprache – darstellen.

Ein weiterer wesentlicher Untersuchungsaspekt in der linguistischen Einstellungsforschung wird durch die Verknüpfung von Spracheinstellungen und Sprachverhalten bestimmt. Wie bereits oben angemerkt, wird angenommen, dass

sich das Verhalten von der Einstellung ableitet, jedoch ist dies nicht immer der Fall. Lenz (2003: 264f) erwähnt eine Studie von Davies 1999, in der erforscht wurde, dass nicht immer ein Kausalzusammenhang zwischen Verhalten und Einstellung besteht. Purschke (2020: 2) erklärt, dass die Ursache darin liegt, dass es mannigfaltige Normen (implizite, explizite, soziale, selbstbezogene Normen) gibt, welche die soziale Interaktion und somit auch die Entstehung und Veräußerlichung von Einstellungen leiten. Bestimmte Einstellungen, wie zum Beispiel die politische Einstellung, sind nicht in jeder Situation angebracht. So wäre eine politische Diskussion mit dem / der ArbeitgeberIn während der Arbeitszeit sozial nicht angemessen. Weiters variiert der kognitive Zugang zu und die Steuerbarkeit von Einstellungen. In anderen Worten: Personen agieren nicht zwingend so, wie sie behaupten, dass sie in gewissen Situationen handeln würden (vgl. Lenz 2003: 265). Deshalb wird gefordert, dass die Interpretation von Einstellungen mehr Selbstständigkeit erlangen muss. Purschke (2020: 2) sagt zudem, dass verschiedene Aspekte wie die soziale Einbettung von Einstellungen, beispielsweise der komplexe Zusammenhang zwischen der jahrelangen Stabilität von Einstellungen (z.B. Vorurteile gegenüber bestimmten Dialekten) oder das Ändern von Einstellungen aufgrund neuer Erfahrungen berücksichtigt werden müssen.

Gemäß Katz (1960: 170) haben Einstellungen vier Hauptfunktionen für das Individuum: 1) die Anpassungsfunktion 2) die Ego-Defensivfunktion 3) die werteexpressive Funktion 4) die Wissensfunktion. Die Anpassungsfunktion wird auch instrumentelle oder utilitaristische Funktion genannt und befasst sich mit der Anerkennung, dass Personen eine Maximierung von Belohnungen und eine Minimierung von Strafen anstreben. Einstellungen im Sinne der Anpassungsfunktion helfen das gewünschte Resultat zu erreichen bzw. das unerwünschte Ergebnis zu vermeiden. Die Ego-Defensivfunktion schützt Personen davor, wesentliche Wahrheiten über die eigene Persönlichkeit bzw. harte Realitäten in der Außenwelt anzuerkennen. Durch die werteexpressive Funktion erlangen Personen Befriedigung, da sie Haltungen kommunizieren, welche mit dem Selbstkonzept bzw. den persönlichen Werten übereinstimmen. Mithilfe der Wissensfunktion wird das Bedürfnis gestillt, eine Struktur fürs Leben aufzubauen sowie Wahrnehmungen und Überzeugungen besser zu organisieren, um mehr Klarheit und Konsistenz zu erlangen.

Neben diesen vier Hauptfunktionen muss auch der Zusammenhang zwischen Identität und Verbundenheit betont werden. Einstellungen leisten einen Beitrag zur Identitätsbildung und zur Verbundenheit mit einer Gruppe. Subjektive Einstellungen haben zudem Einfluss auf die Wahrnehmung von Situationen, weshalb Schwierigkeiten bei der Begriffstrennung von Wahrnehmung und Einstellung bestehen. (vgl. Kleene 2020a: 23)

Spracheinstellung ist nicht der einzige Begriff, der sich etabliert hat. Garrett (2010: 31) zählt eine Reihe von weiteren Begriffen wie „habits, values, beliefs, opinions, [...] social stereotypes and ideologies“ auf, die sich dem Sinngehalt des Wortes Einstellung annähern. Aus diesem Grund werden die Wörter Gewohnheiten, Werte, Vorstellungen, Meinungen usw. häufig in der Literatur synonym verwendet. In dieser Masterarbeit wird in Anlehnung an Lenz (2003) jedoch ausschließlich auf den Begriff Spracheinstellung zurückgegriffen.

Eine wichtige Eigenschaft von Spracheinstellungen hält Korb (2014: 10f) fest. Sie spricht davon, dass Spracheinstellungen von verschiedenen Faktoren wie beispielsweise dem Zugehörigkeitsgefühl, der Prestige oder von sozialen Netzwerken beeinflusst werden. Diese Faktoren prägen das Verhalten der Personen und die Entscheidungsfindung, für welche Varietät sich Personen entscheiden. Es zeigt sich somit, dass Spracheinstellungen in der Sprachwahl sichtbar werden. Trudgill (2003:73) bestimmt Spracheinstellungen wie folgt:

> „The attitudes which people have towards different languages, dialects, accents and their speakers. Such attitudes may range from very favourable to very unfavourable, and may be manifested in subjective judgements about the 'correctness', worth and aesthetic qualities of varieties, as well as about the personal qualities of their speakers.”

Jede Person hat somit eine individuelle Einstellung zur eigenen Standardsprache sowie zu den unterschiedlichen Varietäten und zu den SprecherInnen verschiedener Sprachvarietäten (vgl. Korb 2014: 11f). Dabei wird der eigenen Standardsprache ein gewisser Wert beigemessen und die anderen Varietäten werden als weniger entwickelt angesehen. Zum besseren Verständnis, was unter einer Standardsprache und Varietäten verstanden wird, folgt eine Definition von Klein (2013). Unter Standardsprache wird „die überregionale, schriftsprachnahe, stilistisch neutrale und distanzorientierte Kommunikationsform“ (Klein 2013: 23) verstanden, Varietäten

entsprechen demnach „Eigentümlichkeiten in Kontrast zur Standardsprache“ (Klein 2013: 17).

3.2 Sprachwahrnehmung

Nun stellt sich die Frage, wie die Standardsprache bzw. ihre Varietäten von verschiedenen Personen wahrgenommen werden. Eine Untersuchung für das Bairische wurde beispielsweise von Schoel und Stahlberg (2012: 205) durchgeführt, wobei sie Einstellungen bezüglich des Standards und Non-Standards (hiermit ist der Dialekt gemeint) zum Untersuchungsgegenstand gemacht haben. Die Ergebnisse zeigen, dass der Standard mehrheitlich positiver und schöner wahrgenommen wird. So wird dem Standard mehr Prestige, mehr Kompetenz sowie ein höherer Status zugeschrieben. Dem Non-Standard werden mehr Solidarität und mehr Wärme beigemessen.

Ähnliche Ergebnisse zeigen sich in einer Untersuchung zu sprachlichen Einstellungen in Österreich (Soukup 2009: 169). Mithilfe semantischer Differentiale ließ Soukup (2009) Äußerungen in Standarddeutsch und oberösterreichischem Dialekt von 242 ProbandInnen bewerten. Die Untersuchung ergibt, dass der Dialekt als natürlicher, ehrlicher, emotionaler, relaxter, humorvoller und sympathischer empfunden wird als der Standard. Ebenso wird der Dialekt als aggressiver wahrgenommen. Der Standard wird dafür als höflicher, intelligenter, gebildeter, sanfter, ernster und kultivierter empfunden, jedoch arroganter als der Dialekt. Weiters deutet Soukup (2009: 169) darauf hin, dass dem Standard tendenziell die Adjektive kompetenter, klüger, fleißiger und strenger zugeschrieben werden könnten.

Goldgruber (2011: 80f) führte eine direkte und indirekte Einstellungserhebung zu Dialekt und Standardsprache in Österreich durch. Bei der indirekten Erfassung – hier wurde die Einschätzung von dialektalen und standardsprachlichen Sprechproben verlangt – wurde herausgefunden, dass DialektsprecherInnen als natürlicher, sympathischer, selbstsicherer, vertrauter, ehrlicher, vertrauenswürdiger, weniger streng, humorvoller, emotionaler, aufgeschlossener und weniger arrogant wahrgenommen wird. Die StandardsprecherInnen bekommen die Eigenschaften gebildeter, vornehmer, intelligenter, ernster und höflicher zugeschrieben. Bei der direkten Einstellungserhebung wurde nach der Wirkung des dialektalen und

standardsprachlichen Sprachgebrauchs gefragt. Die Ergebnisse zeigen, dass Dialekt zum einen positiv (natürlich, vertraut, sympathisch, angenehm, freundlich, authentisch, vertrauenswürdig, locker, ehrlich, gemütlich, emotional, persönlich, bodenständig, heimatverbunden, ländlich und volksnah), zum anderen negativ (ungebildet, nicht kompetent, nicht intelligent, unprofessionell, unseriös, nicht sachlich, derb, plump, grob, ungehobelt und schwer verständlich) wirkt. Die Standardsprache hat ebenfalls positive (gebildet, professionell, intelligent, kompetent, souverän, seriös, sachlich, wissenschaftlich, korrekt, formell, ordentlich, vornehm, gehoben, fein, klar, städtisch, gut verständlich) als auch negative (arrogant, hochgestochen, überheblich, angeberisch, wichtigtuerisch, unnatürlich, künstlich, unpersönlich, aufgesetzt, erzwungen, kühl, steril, verkrampft, langweilig und spießig) Zuschreibungen erhalten.

Tabelle 1: Sprachwahrnehmung

	Standard	**Dialekt**
positive Zuschreibung	Prestige, Status, kompetent, höflich, intelligent, gebildet, sanfter, kultiviert, vornehm, professionell, souverän, fein, seriös, ernst, sachlich, gut, wissenschaftlich, korrekt, formell, ordentlich, gehoben, klar, städtisch, verständlich	natürlich, ehrlich, emotional, relaxt, humorvoll, sympathisch, selbstsicher, vertraut, vertrauenswürdig, humorvoll, emotional, angenehm, aufgeschlossen, freundlich, authentisch, locker, gemütlich, persönlich, bodenständig, volksnah, heimatverbunden, ländlich
negative Zuschreibung	arrogant, hochgestochen, überheblich, angeberisch, wichtigtuerisch, unnatürlich, künstlich, unpersönlich, aufgesetzt, erzwungen, kühl, steril, verkrampft, langweilig, spießig	aggressiv, ungebildet, nicht kompetent, nicht intelligent, unprofessionell, unseriös, nicht sachlich, derb, plump, grob, ungehobelt, schwer verständlich

Die Tabelle 1 soll einen Überblick über die Ergebnisse der oben angeführten Studien zur Sprachwahrnehmung geben. Um die Spracheinstellung zu erheben, wurde für

diese Masterarbeit ein direktes Messverfahren – die Erstellung eines Fragebogens – ausgewählt. Die Auswahl der Items wurde dabei an die oben erwähnten Studien von Schoel und Stahlberg (2012), Soukup (2009) und Goldgruber (2011) angelehnt. Nähere Informationen zum Fragebogen folgen in Kapitel 6.1 Umfragekontext.

Kleene (2020a: 11) schreibt davon, dass Sprache einen Zusammenhalt zwischen Personen erzeugen, aber auch eine Grenze darstellen kann. Sprache kann beispielsweise über einen Dialekt eine Zugehörigkeit schaffen, welche sich auf die Identität von Personen auswirkt. Sprache kann ebenso als Barriere verstanden werden, welche Personen voneinander abgrenzt, da sie beispielsweise nicht miteinander kommunizieren können. Die Autorin weist jedoch darauf hin, dass selbst bei einer gemeinsamen Sprache keine grenzenlose Gemeinschaft entstehen muss. Für ein besseres Verständnis dieser Aussage greift die Autorin auf das berühmte Zitat „Was die Österreicher und die Deutschen trennt, ist ihre gemeinsame Sprache“ zurück (Kleene 2020a: 11). Damit ist gemeint, dass auch andere Faktoren wie die Kultur und die Geschichte Einfluss auch die Unterschiede in Österreich und Deutschland haben. Weiters beschäftigt sich Kleene mit der Frage, ob Österreich und Deutschland wirklich eine gemeinsame Sprache haben und dasselbe Deutsch sprechen.

In ihrer Forschungsarbeit fand Kleene (2020a: 393f) durch einen Online-Fragebogen heraus, dass die befragten Personen eine mentale Grenze zwischen Deutschland, genauer gesagt Bayern, und Österreich verspüren. Diese Grenze soll aufgrund der staatlichen Eingebundenheit und der verspürten Identität intensiviert sein. Die Untersuchung zeigt zudem, dass die mentale Grenze von den direkt an der Staatsgrenze lebenden ProbandInnen als Sprachgrenze wahrgenommen wird, da die ProbandInnen behaupten, aufgrund der gesprochenen Sprache angeben zu können, ob sie derzeit auf österreichischem oder deutschem Boden stehen. Weiters fand Kleene (2020a: 394) mithilfe einer Mental Map heraus, dass eine essentielle Verknüpfung zwischen den Dialekträumen und den politischen Räumen bei den ProbandInnen besteht. Dies zeigte sich beispielsweise daran, dass österreichische ProbandInnen Dialekträume anhand von politischen Grenzen wie zum Beispiel einem Bundesland (beispielsweise das Steirische) oder kleinräumigere Ebenen (beispielsweise das Weinviertel) nennen.

Koppensteiner und Kim (2020: 343 ff) erforschten in ihrer Untersuchung die Wahrnehmung von Sprachwandel. Sie kamen zu dem Ergebnis, dass die ProbandInnen dynamische Prozesse für den Dialekt als gefährlich wahrnehmen. Dies hat damit zu tun, dass der Dialekt stark mit der Identität sowie der Tradition verbunden wird. Dynamische Prozesse für den Standard werden hingegen als positiv wahrgenommen, als Beispiel kann die Integration von englischen Wörtern genannt werden. Die AutorInnen zeigt zudem auf, dass ProbandInnen mit einer höheren Mobilität und einem Beruf, der viel Kommunikation benötigt, die Zukunftsaussichten des Dialekts positiver einschätzen als ProbandInnen mit einer geringeren Mobilität und der Ausübungen einer Tätigkeit in einem weniger kommunikativen Berufsfeld. Die ProbandInnen gaben an, dass der Sprachwandel vor allem durch Kontakt – 1) Kontakt mit einer Prestigesprache (zum Beispiel dem Englischen), 2) Sprachkontakt aufgrund von Migration (zum Beispiel die Zweisprachigkeit) und 3) Varietätenkontakt aufgrund von Migration (zum Beispiel verschiedene Dialektformen) – stattfindet.

Eine Untersuchung zur Bewertung regionaler Varietäten in Deutschland wurde von Adler und Plewnia (2020: 23ff) mithilfe des ASBIs (Allgemeine Sprachbewertungs-Instrument) durchgeführt. Bei der Bewertung nach der Sympathie von Dialekten wurden am häufigsten der norddeutsche Dialekt (32,3 Prozent) und der bayrische Dialekt (31,0 Prozent) genannt. Der österreichische Dialekt landete mit 0,7 Prozent an vorletzter Stelle. Weiters betonen die AutorInnen, dass die Sympathie eines Dialekts meistens mit dessen Bekanntheitsgrad zusammenhängt, welcher sich wiederum aus der Größe der Sprechergruppen rückschließen lässt. Dies ist jedoch nicht immer der Fall, da es auch Dialekte gibt, die sympathischer bewertet wurden als andere, obwohl der Dialekt von weniger Personen gesprochen wird.

Eine Untersuchung zur Wahrnehmung der Beliebtheit von österreichischen Dialekten führte Kleene (2020b: 41ff) durch. Mit 18,8 Prozent gewinnt der Tiroler Dialekt, dicht gefolgt vom bayrischen Dialekt mit 16,5 Prozent. Der Vorarlberger Dialekt kommt mit 10,2 Prozent an dritter Stelle, der Kärntner Dialekt erzielt 8,1 Prozent, der Schweizerdeutsche Dialekt 7,7 Prozent, der oberösterreichische Dialekt 6,8 Prozent und der steirische Dialekt 5,5 Prozent. Kleene betont, dass diverse Studien (z.B. Niebaum/Macha 2014) herausgefunden haben, dass die ProbandInnen oftmals den eigenen Dialekt positiv bewerten. Dieser Fall ist jedoch in ihrer Studie nur bedingt aufgetreten, da beispielsweise ihre ProbandInnen aus Oberösterreich, Wien und

Steiermark vermehrt den Tiroler Dialekt als beliebtesten Dialekt klassifizieren. Als Gründe für die positive Bewertung werden unter anderem der lustige Klang des Dialekts, die Eigenschaftszuschreibungen charmant, lieb, erdig, sympathisch sowie die Assoziation mit Urlaub genannt. Der mit Abstand unbeliebteste Dialekt ist der Wiener Dialekt (22,0 Prozent). Der Kärntner Dialekt belegt Platz 2 mit 13,1 Prozent, die Dialekte Norddeutsch / Plattdeutsch / Niederdeutsch haben 9,5 Prozent und der steirische Dialekt 7,3 Prozent. Den letzten Platz teilen sich der Tiroler Dialekt und der niederösterreichische Dialekt mit 4,6 Prozent. Der Hauptgrund für die Unbeliebtheit liegt im Klang des Dialekts, so wirke der Wiener Dialekt unter anderem proletenhaft, arrogant, derb und jämmerlich. Zusammengefasst kann gesagt werden, dass die Beliebtheit bzw. die Unbeliebtheit von Dialekten von mehreren Faktoren, beispielsweise von persönlichen Familienverhältnissen, der politischen Situation und Austausch mit Personen aus der Region, abhängt und der Dialekt an sich bzw. seine linguistischen Eigenschaften kaum eine Rolle spielen.

Nachdem in dieser Masterarbeit für die Image Macro-Adaptionen der ostmittelbairische Dialekt verwendet wurde, welcher unter anderem im Waldviertel in Niederösterreich gesprochen wird, werden noch kurz die Zuschreibungen zum bairischen Dialekt thematisiert. Gemäß Kleene (2020b: 43) wird der bairische Dialekt als urtümlich, sympathisch, gemütlich, weiß und bodenständig empfunden. Weiters wirkt der Dialekt „sogar freundlich, wenn sie sich beschimpfen“.

4 politische Memes

4.1 Definition

Bevor geklärt werden kann, was politische Internet-Memes sind, muss erst eine Definition von Memes erfolgen. Hierfür soll ein kurzer Einblick gewährt werden, welche Kriterien für ein Meme erforderlich sind.

Johann und Bülow (2019: 13) erwähnen, dass es sich bei Internet-Memes um ein relativ junges Phänomen handelt, welches aufgrund des Web 2.0 an Popularität gewonnen hat. Dabei handelt es sich bei Memes um ein Medium, welches ein großes Publikum anspricht und somit mit der Reichweite traditioneller Massenmedien mithalten kann. (vgl. Reißmann 2019: 53)

Dies zeigt auch die DWDS-Verlaufskurve, die Daten liefert, um festzustellen, wie häufig ein Wort – in diesem Fall die Wörter Mem bzw. Meme – verwendet wurden. Als Datengrundlage dient der Zeitungskorpus, welcher eine Vielzahl von verbreiteten Tages- und Wochenzeitungen ab dem Jahr 1945 beinhaltet. Wie Abbildung 1 zeigt, kamen die Begriffe im Laufe der Jahre immer öfters vor. Der größte Anstieg begann im Jahr 2013, dieser setzt sich bis heute noch fort.

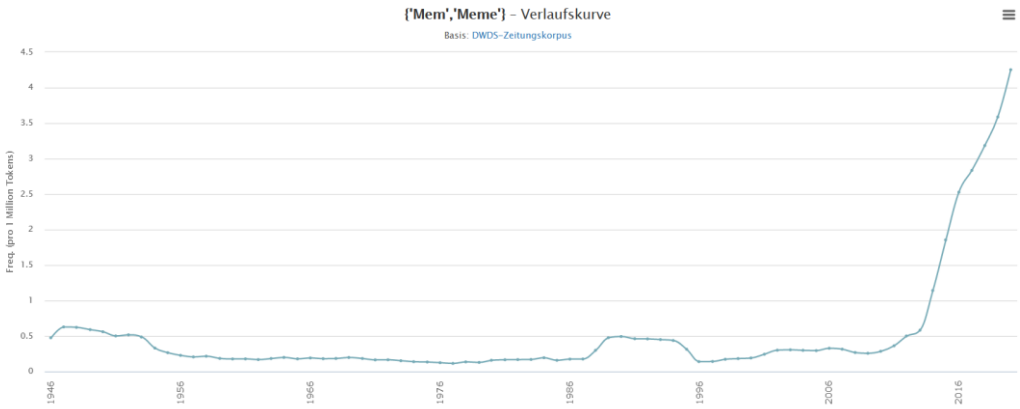

Abbildung 1: Verlaufskurve Meme (DWDS o.J.)

Obwohl seit 2015 das Forschungsinteresse an Internet-Memes steigt, bestehen noch große Forschungslücken, die geschlossen werden müssen (vgl. Johann und Bülow 2018: 2). Derzeit werden Internet-Memes in Fachbereichen der

Sprachwissenschaft, wie der Linguistik, der Semiotik und Pragmatik sowie im Bereich der Kommunikationswissenschaften erforscht (vgl. Johann und Bülow 2019: 13).

Ein britischer Evolutionsbiologe und Zoologe namens Richard Dawkins erstellte im Jahr 1976 das erste Mem-Konzept auf Grundlage der genetischen Evolution. Gemäß Dawkins (1976: 206) Definition sind Memes Replikatoren kultureller Evolutionsprozesse. Als Beispiele nannte er „tunes, ideas, catch-phrases, clothes fashions, ways of making pots or of building arches". Dieser Ansatz wurde über Jahrzehnte weiterentwickelt und zahlreichen Abgrenzungen unterzogen. Eine Definition von Internet-Memes bietet beispielsweise Shifman (2013: 362):

> "the phrase 'Internet meme' is commonly applied to describe the propagation of content items such as jokes, rumors, videos, or websites from one person to others via the Internet. According to this popular notion, an Internet meme may spread in its original form, but it often also spawns user-created derivatives."

Osterroth (2019a: 42) schreibt von der Importanz, den Begriff „Meme" richtig abzugrenzen. Wie bereits in Abbildung 1 gezeigt, gibt es zwei wesentliche Varianten: die deutsche Variante Mem, welche von Dawkins eingeführt wurde und der Anglizismus Meme, der als Internetphänomen auftritt. Osterroth hält fest, dass Dawkins Mem [me:m] (Sg.) – Meme [me:mə] (Pl.) grundsätzlich kein anderes Konzept als jenes des Anglizismus Meme [mi:m] (Sg.) – Memes [mi:mz] (Pl.) aufweist, jedoch die Unterschiede zwischen den zwei Varianten so groß sind, sodass eine Abgrenzung erforderlich ist. In dieser Masterarbeit wird der Terminus Meme im Sinne des Anglizismus verwendet.

Das Charakteristikum der Verbreitung sieht Davison (2009 :122) unter anderem als deutliche Abgrenzung zu Dawkings Verständnis eines Memes. Er spricht davon, dass Memes mentale Prozesse der Beobachtung nutzen, um sich zu vervielfältigen, während Gene einen physischen Prozess durchlaufen. Aus diesem Grund sind Memes bei der Vervielfältigung um einiges schneller und Internet-Memes um ein Vielfaches schneller als die genetische Variante. Durch das digitale Zeitalter können Internet-Memes schnell und einfach verbreitet werden. Weiters merkt Davison an, dass Memes aus Ideen und Konzepten bestehen, die von Personen interpretiert werden und somit variieren. Demnach definiert er Internet-Memes als "a piece of culture, typically a joke, which gains influence through online transmission" (Davison 2009 :122).

Laut Osterroth (2019a: 43) werden mit dieser Definition einige wesentliche Bestandteile des Internet-Memes wie die Verbreitung, der Faktor Humor und die Herkunft in der Kultur angesprochen, jedoch noch nicht alle. Gemäß Ciorli (2017: 2) handelt es sich bei Memes um „signs, images, GIFs, videos or even “rules” and “adages” with are supposed to regulate online dynamics”. Aber auch diese Definition ist mit Blickwinkel auf die Linguistik zu unpräzise. Die zentrale Definition lieferte Shifman (2014, 41):

> [Internet-Memes are] “a group of digital items sharing common characteristics of content, form, and / or stance, which (b) were created with awareness of each other, and (c) were circulated, imitated, and / or transformed via the Internet by many users“.

Shifman spricht von nutzergenerierten Inhalten unterschiedlicher Art wie zum Beispiel Texten, Bilder und Videos, welche spezifische Merkmale aufweisen (vgl. Oswald 2018: 4).

4.2 Meme als Sprechakt

Edmonds (2005) schreibt, dass die Memetik beim Versuch Memes besser zu verstehen, gescheitert ist, da sie keine zusätzlichen erklärenden Informationen liefert und somit keinen Mehrwert darstellt. Aus diesem Grund und der Tatsache, dass Memes eine bedeutende Rolle spielen, sei ein neuer Ansatz notwendig. Diesem Anspruch versucht Grundlingh (2017: 2) gerecht zu werden, indem sie Memes aus einem theoretischen Blickwinkel betrachtet, welcher nicht die Memetik umfasst. Sie sieht Memes als Sprechakte an, die dazu führen, dass Memes verstanden und zu Kommunikationszwecken verwendet werden können. Grundlingh betont, dass Sprechakte essentiell sind, da diese in jeder Kommunikationsart – sei es schriftlich oder mündlich – verwendet werden. Eine Nachricht wird vom Sender gesprochen bzw. geschrieben und anschließend vom Empfänger empfangen und entschlüsselt. Somit können auch Memes als Sprechakte verstanden werden.

Damit ein Meme erfolgreich ist, muss der soziale Kontext und die Art der Ressource beachtet werden, da der/die EmpfängerIn den Hintergrund verstehen muss, weshalb dieses bestimmte Meme ausgewählt wurde. Grundlingh (2017: 3) beschreibt Memes als „media artefacts that are remixed and circulated”. Dabei werden unterschiedliche Modi verwendet, die verschiedenartige Verwendungsweisen und Funktionen

besitzen. Unter Modi wird ein semiotisches System mit interner Grammatikalität wie zum Beispiel die Gestaltung von Bildern, die Sprache oder die Farbe verstanden. Medien sind Träger der Modi. Als Beispiel kann das Telefon, das Papier oder der Computerbildschirm genannt werden. Ein Meme kann dabei als eigener Modi aufgefasst werden, welcher durch soziale Medien verbreitet wird. In ihrer Ausführung bezieht sich Grundlingh (2017: 9) hauptsächlich auf das Subgenre des Image Macros, da diese die größte Art von Memes ausmacht. Als Image Macro wird ein Bild mit einer Nachricht bezeichnet, die oben und unten auf dem Bild platziert ist.

Gemäß Osterroth (2015, 33) handelt es sich bei Internet-Memes um „Sprache-Bild-Texte, deren Bedeutungsentfaltung durch kollektive (oft hyperbolisierte) Semiose stattfindet“. Demnach handelt es sich bei Memes um Sprache-Bild-Texte, die jedoch verändert und semantisiert werden können. Bülow / Mertens / Johann (2018: 2) schreiben, dass als Basis ein Bild verwendet wird, welches aus der Popkultur, aus dem Alltag oder aus der Politik entspringt. Dieses Bild wird anschließend mit Textbestandteilen versehen, wodurch eine De- bzw. Neu-Kontextualisierung stattfindet. Der prototypische Aufbau von Image Macros sieht folgendermaßen aus:

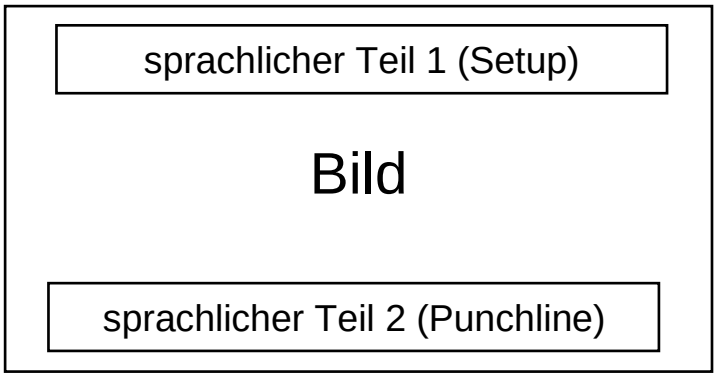

Abbildung 2: Aufbau von Image Macros – eigene Darstellung (vgl. Osterroth 2015:31)

Bülow / Mertens / Johann (2018: 2) erklären, dass mithilfe des Setups, welches oben am Bild positioniert wird, die Eröffnung eines bestimmten semantischen Frames stattfindet. Durch den ersten sprachlichen Teil wird somit eine Situation fixiert und dazu werden wesentliche Information gegeben (vgl. Osterroth 2019b: 272). Die Aufgabe des Bildes besteht darin, dieses Frame beziehungsweise den Aktanten – dies ist meist der imaginäre Autor des Textes – zu zeigen. Unten am Bild ist die Punchline platziert, welche für einen Twist sorgt oder die Pointe des Memes zeigt.

Osterroth (2019b: 272) merkt an, dass das Setup und die Punchline meist keine Verständnisprobleme mit sich ziehen, das Bild jedoch schafft vorerst Lücken. Internet-Memes werden nur von wenigen Personen verstanden, da nicht jede / r dazu fähig ist, diese richtig zu entschlüsseln. Diese Eigenschaft wird auch durch folgendes Zitat von Bauckhage gezeigt: „Internet memes are inside jokes or pieces of hip underground knowledge, that many people are in on" (Osterroth 2019b: 272).

Der eben skizzierte Aufbau ist jedoch nicht verpflichtend und kann Abweichungen enthalten (vgl. Bülow / Mertens / Johann 2018: 2). Nachstehend ist eine Image Macro-Adaption mit diesem Aufbau zu sehen:

Abbildung 3: Beispiel für den Aufbau einer Image Macro-Adaption – eigene Darstellung

Der oben positionierte Text „Höchste Arbeitslosigkeit seit Jahren" stellt das Setup dar und eröffnet das semantische Frame. Die Pointe erfolgt durch den zweiten sprachlichen Teil „gibt 210 Mio. Euro für PR aus".

Osterroth (2019a: 44) schreibt, dass Memes verändert und weitergeben werden. Die virale Verbreitung und die Modifikation der Inhalte haben alle Arten von Memes gleich (vgl. Oswald 2018 :4). Er merkt weiters an, dass die konkrete Verknüpfung von Viralität und Modifikation essentiell ist, da diese die Entscheidung trifft, „ob etwas zum Meme wird oder nicht" (Oswald 2018 :4). Wird ein Inhalt mehrfach modifiziert und verbreitet, so handelt es sich um einen memetischen Inhalt. Gemäß Bülow / Merten / Johann (2018:5) ist dabei zu beachten, dass die virale Verbreitung von der memetischen Verbreitung differenziert werden muss, da bei viraler Verbreitung der Inhalt nicht verändert wird. Gemäß Grünwald (2020: 18) beeinflussen Memes die gegenwärtigen gesellschaftlichen Diskurse bedeutsam, weil sie in Bildform die Kultur beinahe zeitgleich kommentieren (vgl. Schmidt und Lingg 2020: 1f).

Wie bereits erwähnt, gibt es einen engen Zusammenhang zwischen Memes und Ironie. Ironie wird dabei als das Gegenteil vom Gesagten angesehen und hat die Eigenschaft, dass meistens eine negative Bewertung des/der SprecherIn weitergegeben wird. Wichtig dabei ist, dass der/die EmpfängerIn der Nachricht die Ironie herauslesen kann und diese nicht als ernst gemeint wahrnimmt. Dementsprechend ist die emotionale Intelligenz der RezipientInnen dafür verantwortlich, ob ein ironischer Sprechakt verstanden wird oder nicht. Damit ein Meme richtig interpretiert wird, muss der/die EmpfängerIn fähig sein, solche ironische Andeutungen zu verstehen. Außerdem benötigen die RezipientInnen oftmals ein kontextuelles Vorwissen, um das Meme richtig zu interpretieren. Deshalb werden nicht alle Memes von den RezipientInnen begriffen. (vgl. Morger 2020: 132)

4.3 politische Memes und deren Funktionen

Nachdem nun geklärt ist, was ein Meme ist bzw. wie etwas zu einem Meme wird, kann eine weitere Abgrenzung erfolgen. Um politische Bilder von nicht-politischen Bildern abgrenzen zu können, hat Grittmann eine Kriterienliste bestehend aus sechs Merkmalen erstellt. Dabei muss zumindest ein Merkmal übereinstimmen, damit das Bild – und dementsprechend auch die Image Macro– als politischer „Text-Foto-Beitrag“ gelten kann (vgl. Bülow / Johann 2019: 18f). Folgende Kriterien wurden von Grittmann herausgearbeitet:

- Ein gesellschaftliches Interesse wird thematisiert.
- Ein gesellschaftlicher Konflikt wird angesprochen, bei dem mindestens zwei Akteure beteiligt sind und dessen Gegenstand genannt wird.
- Der Konflikt wird durch ein politisch-administratives System wie zum Beispiel der Regierung geregelt.
- Das Resultat bzw. die Planung von Entscheidungen bezüglich der angesprochenen Interessen werden betrachtet.
- Die Folgen bzw. die betroffenen Personen von geplanten oder bereits durchgeführten Entscheidungen werden thematisiert.
- Für die politische Legitimation werden repräsentative Handlungen angesprochen.

Shifman (2014: 120ff) schreibt, dass es sowohl humoristische als auch ernste politische Image Macros gibt. Sie erfüllen dabei drei wesentliche politische Funktionen. Erstens leisten Image Macros einen Beitrag zur politischen Meinungsbildung. Zweitens dienen Image Macros als Ausdrucksmittel in Graswurzel-Bewegungen. Drittens ermöglichen Image Macros auf eine einfache und billige Art, seine politische Meinung zu äußern und sich selbst zu positionieren.

Bülow und Merten (2021 : 2f) weisen darauf hin, dass Image Macros zwar anfänglich den Humor als wesentlichen Bestandteil sahen, der Fokus nun ebenfalls auf die Politik gerichtet wurde, da Image Macros ebenso einen Weg zur Teilhabe an politischen Themen ermöglichen. So werden beispielsweise Parteien bzw. ParteivertreterInnen, politisches Tagesgeschehen, Wahlen und globale Herausforderungen wie beispielsweise die Covid-19 Pandemie in Image Macros – teilweise mit Humor – thematisiert. Dass die Bedeutung von Memes in der Politik zunimmt, zeigt sich auch daran, dass beispielsweise eigene Untersuchungen zum Merkel-Meme gestartet wurden und auch Parteien in Deutschland mit Memes arbeiten.

Bei den erstellten Image Macro-Adaptionen handelt es sich somit um politische Image Macro-Adaptionen, da Bundeskanzler Sebastian Kurz zum Thema wird. Weiters werden gesellschaftliche Interesse und Konflikte wie zum Beispiel die Bekämpfung der Covid19-Pandemie, die Verwendung von Steuergeldern usw. angesprochen.

5 Politik in Österreich

5.1 Parteien in Österreich

Damit ein Überblick über die Politik in Österreich gegeben werden kann, werden die derzeitigen fünf Parteien im österreichischen Parlament (ÖVP, SPÖ, FPÖ, Grüne, Neos) kurz vorgestellt:

Die Österreichische Volkspartei (ÖVP) wurde am 17. April 1945 gegründet und zählt zu den traditionellen Großparteien Österreichs. Seit 2017 wird die Partei unter Leitung von Sebastian Kurz mit dem Namen „die neue Volkspartei“ geführt. Die Partei wechselte ihre Farbe von Schwarz zu Türkis. Die ÖVP repräsentiert das bürgerliche, konservative Spektrum und steht der Wirtschaft, den Bauern sowie der römisch-katholischen Kirche nahe. (vgl. Maurer et all. 2020)

Die Sozialdemokratische Partei (SPÖ) wurde 1989 gegründet und gehört ebenso zu den Großparteien Österreichs. Derzeit wird die SPÖ von Pamela-Rendi Wagner geführt und trägt die Parteifarbe Rot. Die vertretenen Werte lauten Freiheit, Gleichheit, Gerechtigkeit, Solidarität. Weiters steht die SPÖ für leistbares Wohnen, gute Arbeit für alle, beste Bildung und Stärkung des Zusammenhalts. (vgl. Sozialdemokratische Partei Österreichs o.J.)

Die Freiheitliche Partei Österreich (FPÖ) wurde am 3. November 1955 gegründet und ist die dritte traditionelle Großpartei in Österreich. Sie wird zurzeit von Norbert Hofer mit der Parteifarbe Blau geleitet. Die FPÖ bekennt sich „zu unserem Heimatland Österreich als Teil der deutschen Sprach- und Kulturgemeinschaft, zu unseren heimischen Volksgruppen sowie zu einem Europa der freien Völker und Vaterländer.“ (vgl. Freiheitliche Partei Österreichs 2021)

Die Grünen bzw. die Grüne Alternative (Grüne) wurde im Jahr 1986 gegründet und trägt die Parteifarbe Grün. Derzeitiger Bundessprecher ist Werner Kogler. Die Partei basiert unter anderem auf sozialen Bewegungen wie der StudentInnen-, der Frauen-, Umwelt-, und Friedensbewegung. (vgl. Die Grünen - Die Grüne Alternative 2021)

Das Neue Österreich und Liberales Forum (Neos) wurde im Oktober 2012 gegründet und zählt somit zu den jüngsten Parteien. Die liberale Partei wird derzeit unter Beate Meinl-Reisinger geführt und trägt die Parteifarbe Pink. Grund- und Menschenrechte, Transparenz, Kontrolle, Entlastung der SteuerzahlerInnen und ein effizienter Staat stehen auf dem Parteiprogramm. (vgl. NEOS – Das Neue Österreich und Liberales Forum o.J.)

Nachdem bei der Nationalratswahl 2017 nicht nur die eben fünf genannten Parteien angetreten sind, wird folglich eine weitere Partei – die Liste Pilz – vorgestellt:

Die **Liste Pilz** – nun unter dem Namen JETZT bekannt – wurde im Juli 2017 von Peter Pilz gegründet. Sie erreichte bei der Nationalratswahl 2017 den Einzug mit 4,41%, im Jahr 2019 konnte sie nicht wiedereinziehen. (vgl. Marschall o.J.)

Nachstehend soll die politische Einordnung der Parteien veranschaulicht werden. Die IAMS-Studie (2017: 1) hat dafür 1033 Personen in Österreich befragt, wo sie die abgebildeten Parteien einstufen würden. Die Abbildung 4 soll diese Ergebnisse darstellen.

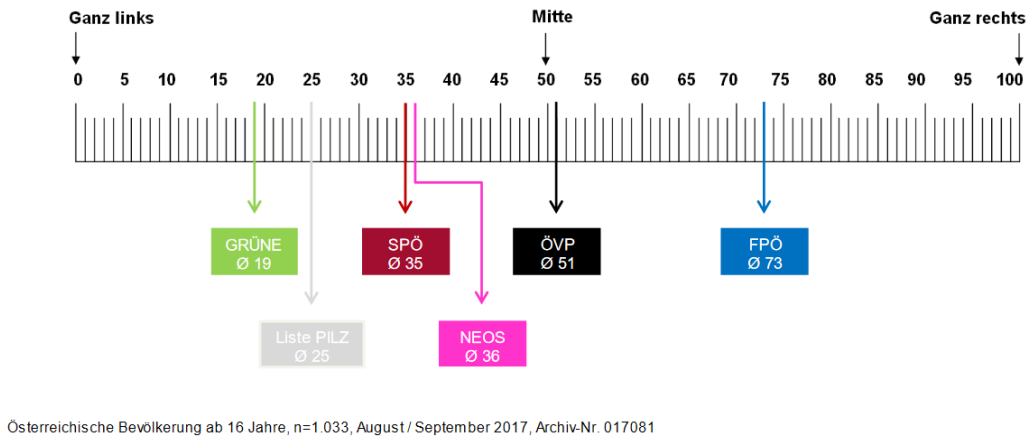

Abbildung 4: politische Einordnung der Parteien (IAMS-Studie 2017: 1)

Die Grünen werden mit 19 Punkten am weitesten links eingeordnet, dicht gefolgt von der Liste Pilz mit 25 Punkten. Mit 35 bzw. 36 Punkten liegen die SPÖ und die Neos ebenso im linken Spektrum. Die ÖVP wird mit 51 Punkten in der Mitte verordnet. Deutlich rechts mit 73 Punkten wird die FPÖ von den befragten Personen lokalisiert.

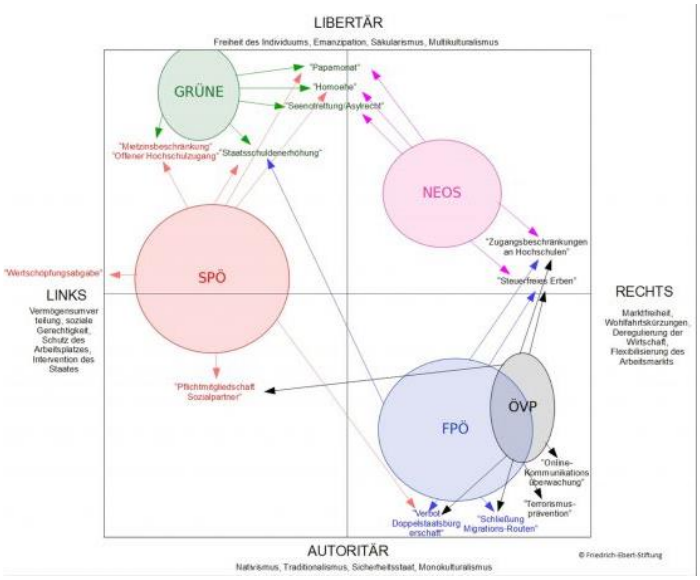

Abbildung 5: politische Einordnung der Parteien 2 (Winter 2017)

Etwas unterschiedliche Ergebnisse erzielte die Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung von Daniel Winter (2017), diese verortet die Parteien nicht nur auf einer horizontalen Dimension (links – rechts), sondern fügt eine vertikale Linie für die gesellschaftspolitische Orientierung hinzu. Es ist zu sehen, dass die ÖVP sehr weit rechts (weiter rechts als die FPÖ) und die Neos ebenso weiter rechts angesiedelt werden als bei der IAMS-Studie. Die Verortung der anderen Parteien (SPÖ, FPÖ und Grüne) zeigt keine gravierenden Abweichungen.

5.2 Sebastian Kurz

Nachdem Bilder von Sebastian Kurz als Vorlage für die Erstellung der Image Macro-Adaptionen aufgrund seiner politischen Karriere gewählt wurden, wird nun ein kurzer Überblick über seine Person gegeben.

Sebastian Kurz startete seine politische Karriere im Jahr 2009 als Bundesobmann der Jungen ÖVP. Von 2011 bis 2013 übte er die Funktion als Österreichs Staatssekretär für Integration aus. Anschließend wurde er Bundesminister für Europa, Integration und Äußeres bis zum Jahr 2017. In derselben Zeit wurde er ehrenamtlicher Vorsitzender der Politischen Akademie der Österreichischen Volkspartei. Am 1. Juli 2017 wurde Sebastian Kurz zum Bundesparteiobmann der Volkspartei gewählt und gewann mit der „Liste Kurz – die neue Volkspartei“ die Nationalratswahl im Oktober 2017 als stimmenstärkste Partei. Am 18. Dezember

2017 fand die Angelobung statt, bis 27. Mai 2019 übte Sebastian Kurz die Funktion als Bundeskanzler aus. Bei der Nationalratswahl am 29. September gelang es ihm ein weiteres Mal einen Wahlerfolg zu erzielen und wurde erneut am 7. Jänner 2020 angelobt. (vgl. ÖVP 2021)

5.3 Wahlverhalten Österreich

Um Einblicke in das Wahlverhalten von ÖsterreicherInnen zu gewähren, werden zwei Wahlen – die Nationalratswahl 2019 und die Europawahl 2019 – betrachtet. Bei der Nationalratswahl 2019 waren 6.396.802 Personen wahlberechtigt. Insgesamt gaben 4.835.469 Personen eine Stimme ab, dies entspricht einer Wahlbeteiligung von 75 Prozent. Von den abgegebenen Stimmen waren 4.777.246 gültig.

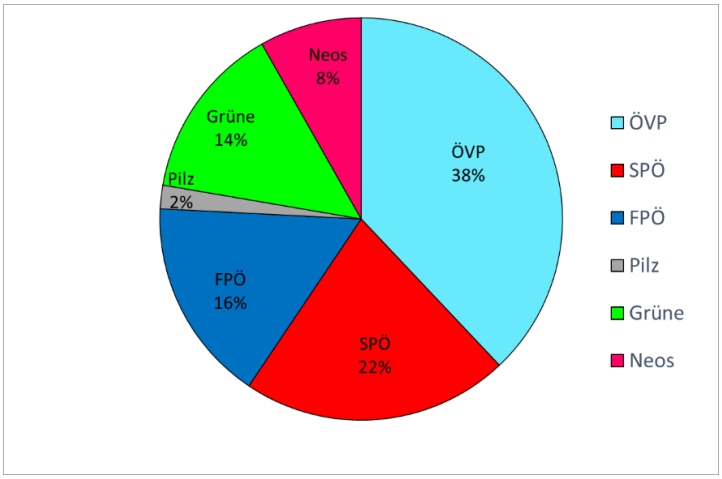

Abbildung 6: Wahlergebnisse der Nationalratswahl 2019 in Österreich - eigene Darstellung (Datengrundlage: vgl. Bundesministerium für Inneres 2019)

Wie in der Abbildung 6 ersichtlich ist, wählten die Wahlberechtigten zu 37,46 Prozent (1.789.417 Stimmen) die ÖVP, zu 21,18 Prozent (1.011.868 Stimmen) die SPÖ, zu 16,17 Prozent (772.666 Stimmen) die FPÖ, zu 13,90 Prozent (6664.055 Stimmen) die Grünen, zu 8,10 Prozent (387.124 Stimmen) die Neos und zu 1,87 Prozent (89.169 Stimmen) die Liste Pilz.

Nun ist es jedoch nicht nur wichtig zu wissen, wie die Aufteilung der Stimmen in Österreich generell ist, sondern wie sich die Stimmenverteilung bezüglich soziodemografischer Daten verhält. Aus diesem Grund folgt eine Abbildung, welche das Wahlverhalten bei der Europawahl am 26.05.2019 von 967 WählerInnen nach soziodemografischen Merkmalen ablichtet.

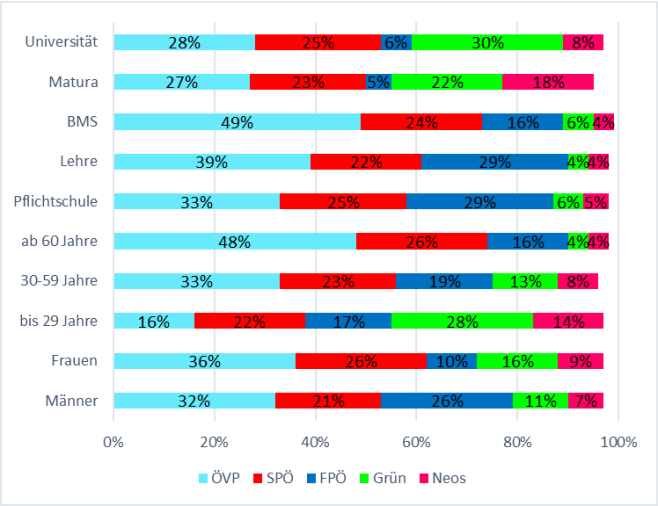

Abbildung 7: Wahlergebnisse der Europawahl 2019 in Österreich – eigene Darstellung (Datengrundlage: vgl. Statista 2021)

Wie die Abbildung 7 zeigt, ähnelt die Stimmenvergabe zwischen Männer und Frauen. Differenzen sind bei den Stimmen für die FPÖ (diese Partei wird deutlich öfter von Männer als Frauen gewählt) und die Grünen (diese Partei wird deutlich öfter von Frauen als Männern gewählt) zu erkennen. Weiters ist zu sehen, dass die ÖVP bei den über 30-Jährigen präferiert gewählt wird, die SPÖ steht für diese Altersklasse an zweiter Stelle und die FPÖ an dritter Stelle. Anders sieht dies bei Personen unter 30 Jahres aus, hier werden die Grünen auf Platz Eins (28 Prozent) gewählt, gefolgt von der SPÖ (22 Prozent), der FPÖ (17 Prozent), der ÖVP (16 Prozent) und den Neos (14 Prozent). Wird der höchste Abschluss betrachtet, so zeigt sich, dass Personen mit einer Pflichtschule, einer Lehre oder einer berufsbildenden mittleren Schule vorrangig ÖVP (33 Prozent, 39 Prozent, 49 Prozent), an zweiter Stelle SPÖ (25 Prozent, 22 Prozent, 24 Prozent) und an dritter Stelle FPÖ (29 Prozent, 29 Prozent, 16 Prozent) wählen. Ein deutlicher Unterschied zeigt sich bei Personen mit einer Matura bzw. einem Universitätsabschluss. Hier gewinnen die Grünen deutlich an Stimmen (22 Prozent bzw. 30 Prozent) und auch die Neos erlangen einen höheren Stimmanteil (18 Prozent bzw. 8 Prozent).

Daraus lässt sich ableiten, dass jüngere Personen (vor allem Frauen) mit einem Matura- bzw. Universitätsabschluss dazu tendieren, „linksorientierte“ Parteien wie die Grünen und die Neos zu wählen.

6 Methode

Im folgenden Kapitel soll erklärt werden, wie die Umfrage aufgebaut ist sowie welche Stimuli und welches Skalendesign für den Fragebogen verwendet werden. Außerdem werden nähere Informationen zu den ProbandInnen angeführt.

6.1 Umfragekontext

Der Fragebogen wird auf der Homepage https://www.soscisurvey.de/ erstellt und besteht aus insgesamt zwölf politischen Image Macro-Adaptionen, wobei jede Image Macro-Adaption zwei Mal vorhanden ist, einmal mit Textbestandteilen im Standard und einmal mit Textbestandteilen im ostmittelbairischen Dialekt. Jedem/r ProbandIn werden sechs politische Image Macros-Adaptionen gezeigt, entweder die mit Textbestandteilen im Standard oder die mit Textbestandteilen im Dialekt.

Die zwei Formen (Standard und Dialekt) werden absichtlich nicht vermischt, da die ProbandInnen nicht erahnen sollen, worum es in der Befragung geht, da ansonsten die Ergebnisse verfälscht werden könnten. Die Entscheidung, welche/r ProbandInnen die Image Macro-Adaptionen mit Textbestandteilen im Standard bzw. Dialekt bekommt, wird mittels eines Zufallsgenerators getroffen. Dieser Zufallsgenerator weist jedem/r ProbandIn beim Öffnen des Fragebogens eine Zahl – entweder 1 oder 2 – zu. Die Zahl 1 bedeutet, dass der/die ProbandIn die Image Macro-Adaptionen mit Textbestandteilen im Standard bekommt, die Zahl 2 steht für den Dialekt. Zudem sorgt der Zufallsgenerator dafür, dass die Anzahl der ProbandInnen aus der Gruppe Standard und Dialekt zirka gleich groß ist, um eine ausgeglichene Anzahl für beide Gruppen zu erhalten.

Die politischen Image Macro-Adaptionen werden mittels dem online-Tool „imgflip“ selbst kreiert. Dies ist eine Website, auf der eigene oder Bilder aus dem Internet hochgeladen bzw. vorhandene Bilder aus einer Bibliothek ausgewählt werden können. Die Bilder werden anschließend gemäß des prototypischen Aufbaus eines Image Macros mit Textbestandteilen oben und unten versehen. Für diesen Fragebogen werden ausschließlich Bilder von Sebastian Kurz verwendet, welche im Internet auffindbar sind.

Die Gründe, weshalb ausschließlich Bilder von Sebastian Kurz gewählt werden, sind folgende: Einerseits, weil Sebastian Kurz der Bundeskanzler von Österreich ist und somit zu den wichtigsten politischen Personen in Österreich zählt. Deshalb kann davon ausgegangen werden, dass ihn selbst Personen erkennen, die sich nicht viel mit Politik beschäftigen. Andererseits, weil Sebastian Kurz eine lange politische Karriere in der österreichischen Volkspartei (ÖVP) führt, weshalb er bereits vor dem Amtsantritt als Bundeskanzler öfters in den Medien zu sehen war und an Bekanntheit erlangte. Ebenso ist zu erwähnen, dass – abgesehen von den zwei genannten Gründen – nur Bilder von einer Person verwendet werden, damit der Einflussfaktor Beliebtheit von PolitikerInnen konstant gehalten wird. Würden Bilder von unterschiedlichen PolitikerInnen verwendet werden, so wäre es möglich, dass die ProbandInnen die Image Macro-Adaptationen anhand der Sympathie zu den gezeigten PolitikerInnen bewerten, wodurch sich die Ergebnisse der Untersuchung verzerren.

Für die Textbestandteile wird mit authentischen Aussagen gearbeitet, das bedeutet, dass die angesprochenen Themen tatsächlich in der Politik präsent sind und nicht erfunden werden. Viele dieser Themen sind außerdem sehr aktuell, so wurden zum Beispiel die Plattform „Kaufhaus Österreich“ oder das PR-Budget innerhalb des letzten Jahres publik. Dass es sich bei den Memes um politische Image Macro-Adaptionen handelt, kann einerseits daran erkannt werden, dass der österreichische Bundeskanzler Sebastian Kurz abgebildet wird und andererseits, weil politische Themen wie z.B. Transparenz von Parteien, PR-Budget der ÖVP usw. angesprochen werden.

Als Nächstes wird der Aufbau des Fragebogens belichtet. Zu Beginn wird das Ziel der Studie erklärt, das Einverständnis der ProbandInnen eingeholt, datenschutzrechtliche Bestimmungen geklärt sowie der Ablauf des Fragebogen geschildert. Anschließend werden die politischen Image Macro-Adaptionen bewertet – mehr dazu im Kapitel 6.2 Stimuli. Auf diesen sechs Fragebogenseiten wird die Wirkung und Wahrnehmung sprachlicher Varietäten im Kontext politischer Internet-Memes innerhalb von drei verschiedenen Frageblöcken erfasst. Danach erfolgt die Erfassung der politischen Einstellung der ProbandInnen. Am Ende des Fragebogens werden demographische Daten wie das Geschlecht, Alter, Wohnort und

Muttersprache abgefragt. Zusätzlich werden Fragen zur Verwendung von Dialekt und Medien gestellt und die Möglichkeit für Anmerkungen bzw. Kommentare gegeben.

Die Erfassung der politischen Einstellung spielt für die Befragung eine sehr wichtige Rolle, da politische Image Macro-Adaptionen bewertet werden und dementsprechend die politische Einstellung der ProbandInnen nicht ausgeblendet werden kann. Aus diesem Grund findet eine detaillierte Betrachtung in insgesamt vier Bereichen statt: politische Partizipation, politisches Wissen, politisches Interesse und politische Einordnung.

Um die politische Partizipation zu erfassen, wird auf Frageitems von Wolfsfeld et al. (2015: 2104) zurückgegriffen. Wolfsfeld unterteilt die politische Partizipation in die Teilnahme von traditionellen und digitalen politischen Aktivitäten. Unter traditionelle politische Partizipation fällt zum Beispiel die Beteiligung an einer politischen Kampagne, eine digitale politische Partizipation wäre beispielsweise das Posten politischer Informationen in sozialen Netzwerken. Inspiration zur Erstellung der Fragen zur Erfassung des politischen Wissens wird ebenso von Wolfsfeld et al. (2015: 2104) geholt. In diesem Fragebogen wird jedoch im Gegensatz zu Wolfsfeld et al. kein Wissenstest gemacht, da dieser zu viel Platz in der Umfrage eingenommen hätte. Stattdessen wird einerseits mit subjektiven Bewertung der ProbandInnen gearbeitet, indem diese sich selbst einschätzen müssen (zum Beispiel: „Ich habe ein sehr gutes Verständnis für politische Themen in Österreich“), andererseits wird unter jeder politischen Image Macro-Adaption abgefragt, ob der inhaltliche Zusammenhang bekannt ist, auf den das Meme anspielt. Je öfter die ProbandInnen bei dieser Frage mit „Ja“ antworten, desto mehr kann davon ausgegangen werden, dass sich die ProbandInnen wirklich mit politischen Themen befassen und Hintergrundwissen besitzen. Die Erfassung des politischen Interesses erfolgt gemäß Ekstrom und Shehate (2018: 747) anhand von zwei Fragen. Zum einen wie sehr sich der/die ProbandIn für die Politik, zum anderen wie sehr sich der/die ProbandIn für das, was in der Gesellschaft passiert, interessiert. Die politische Einordnung wird an Arendt et al. (2019:194) und Wolf (2010: 122) angelehnt und prüft einerseits ab, welche Partei bei der Nationalratswahl 2019 gewählt wurde und andererseits, wo der/die ProbandIn seine/ihre politische Grundeinstellung einordnet.

Eine weitere wichtige Information bietet die Frage nach der Intensität der Social-Media-Nutzung. Diese wird mithilfe der Skala von Yamamoto et al. (2019:9) beantwortet, indem vier Fragen (zum Beispiel „Wie oft postest du eigene Inhalte auf sozialen Netzwerken und Microblogging-Dienste (z.B. Twitter)?“) gestellt werden.

Das Alter der ProbandInnen könnte eine wichtige Rolle einnehmen, da eventuell ältere Studierende keinen Bezug zu Image Macro-Adaptionen haben und diese dementsprechend negativer (z.B. unsympathisch, nicht lustig) bewerten. Der Wohnort wird aus dem Grund erhoben, da ein großer Teil von ausländischen ProbandInnen die Ergebnisse für eine Studie, die für einen österreichischen Sprachraum konzipiert wird, verzerren würde. Das Geschlecht der ProbandInnen ist ebenfalls relevant, da dieses zu Unreinheiten führen könnte, wenn beispielsweise Frauen generell mehr Memes konsumieren als Männer und beispielsweise bessere Bewertungen abgeben. Ebenso ist die Erfassung der Muttersprache ein wichtiger Aspekt, da beispielsweise bei ProbandInnen, welche Deutsch nicht als Muttersprache haben, eventuell Verständnisschwierigkeiten beim Dialekt auftreten können. Aus diesem Grund wird abgefragt, wie gut die ProbandInnen Dialekt sprechen und verstehen. Die Fragen zum Dialekt werden an das aktuelle „Deutsch in Österreich“-Projekt (DiÖ-Projekt) angelehnt, bei welchem der Wandel sowie die Variation der deutschen Sprache in Österreich untersucht wird. Es kann davon ausgegangen werden, dass ProbandInnen, welche Dialekt nicht verstehen bzw. sprechen, eine negativere Beurteilung der Image Macro-Adaptionen vornehmen. Außerdem wird gefragt, wie hoch die ProbandInnen das Ansehen dialektaler Sprechweisen in seinem/ihrem Freundeskreis einschätzen, um zu sehen, wie Dialekt im Umfeld der ProbandInnen generell beurteilt wird. Zuletzt wird die Frage gestellt, wie häufig Dialekt in Kurznachrichten verwendet wird, damit festgestellt werden kann, wie oft Dialekt tatsächlich genutzt wird. Am Ende der Umfrage wird noch die Möglichkeit gegeben, Anmerkungen und Kommentare zum Fragebogen zu hinterlassen.

6.2 Stimuli

Nachstehend werden die verwendeten Stimuli beschrieben, mit denen versucht wird, die Wirkung und Wahrnehmung sprachlicher Varietäten im Kontext politischer Internet-Memes zu ermitteln. Wie bereits erwähnt, werden hierfür ausschließlich

Bilder von Sebastian Kurz verwendet und entweder nur Bilder mit Textbestandteilen im Standard oder mit Textbestandteilen im Dialekt gezeigt.

Als erster Schritt wird überlegt, welche Themen durch die Image Macro-Adaptionen angesprochen werden sollen. Dafür werden zum einen Zeitungsartikel aus dem letzten Jahr gesichtet, um sich die politischen Themen in Erinnerung zu rufen, zum anderen wird die Meme-App 9Gag für Inspirationszwecke genutzt. Wie schon angesprochen, werden für die Textbestandteile auf authentische Aussagen zurückgegriffen. Die fertigen Aussagen im Standard werden anschließend in den Textfeldern des online-Tool „imgflip“ eingetragen. Als letzter Schritt werden im Internet öffentlich zugängliche Fotos von Sebastian Kurz gesucht. Diese werden dann, passend zu dem jeweiligen Kontext, ausgewählt und den Texten zugeordnet. Folgende politische Memes mit Textbestandteilen im Standard sind entstanden:

Abbildung 8: Image Macro-Adaption 1 (PR) – Standard

Abbildung 9: Image Macro-Adaption 2 (Transparenz) – Standard

Abbildung 10: Image Macro-Adaption 3 (Skigebiete) – Standard

Abbildung 11: Image Macro-Adaption 4 (Kaufhaus Österreich) – Standard

Abbildung 12: Image Macro-Adaption 5 (Abschlussarbeit) – Standard

Abbildung 13: Image Macro-Adaption 6 (Wohnung) – Standard

Im nächsten Schritt wird für diese Image Macro-Adaptionen eine Dialekt-Version erstellt. Deshalb wird aus dem Bauch heraus der Text im Dialekt verfasst. Da diese Dialekt-Version jedoch zu subjektiv ist, weil sie nur von einer Person stammt, werden diese Image Macro-Adaptionen weiteren fünf Personen zur Bewertung vorgelegt. Bei den ausgewählten ProbandInnen handelt es sich um Personen, die im Waldviertel aufgewachsen sind und den Dialekt täglich schreiben und sprechen. Die ProbandInnen werden gebeten, die Textbestandteile so zu verändern, wie sie den Text schreiben würden. Nachstehend werden die übernommenen Korrekturen gezeigt, wobei die fett gedruckten Wörter die Veränderungen darstellen:

Tabelle 2: übernommene Korrekturen der ProbandInnen

Erstversion	Endversion
ZOIT € 700.000 FÜA „KAUFHAUS ÖSTERREICH“ PLATTFORM FUNKTIONIERT NED	ZOIT € 700.000 **FIA** „KAUFHAUS ÖSTERREICH“ PLATTFORM FUNKTIONIERT NED
HECHSTE OARBEITSLOSIGKEIT SEIT JOARN GIBT 210 MIO. EURO FÜA PR AUS	HECHSTE **OARBATSLOSIGKEIT** SEIT **JOAN** GIBT 210 MIO. EURO **FIA** PR AUS
TRANSPARENZ WOS IS DES NOMOI?	TRANSPARENZ WOS IS DES NOMOI?
WENNST DA DE MIETE NED LEISTN KANNST DANN KAUF DA DO DE WOHNUNG	**WAUNST** DA DE MIETE NED LEISTN KANNST **DAUN KAF** DA DO DE WOHNUNG
SCHLIESST SCHUIN UND GSCHÄFTA ÖFFNET SCHIGEBIETE	**SCHLIASST** SCHUIN UND GSCHÄFTA ÖFFNET SCHIGEBIETE
HAST KA ABSCHLUSSOARBEIT DROHT KA PLAGIATSVORWUAF	**HOST** KA **OBSCHLUSSOARBEIT** DROHT KA **PLAGIATSVOAWUAF**

Bezüglich der Schreibvariante gibt es nicht immer eine einheitliche Meinung, deshalb werden für die Image Macro-Adaptionen nur jene Veränderungen übernommen, die bei der Mehrheit der ProbandInnen auftreten. Bei der Image Macro-Adaption „Transparenz“ wird keinerlei Veränderung vorgenommen. Eine vollständige Auflistung der Veränderungen der jeweiligen ProbandInnen ist im Anhang zu finden. Als Endresultate entstehen folgende Memes mit Textbestandteile im Dialekt:

Abbildung 14: Image Macro-Adaption 1 (PR) – Dialekt

Abbildung 15: Image Macro-Adaption 2 (Transparenz) – Dialekt

Abbildung 16: Image Macro-Adaption 3 (Schigebiete) – Dialekt

Abbildung 17: Image Macro-Adaption 4 (Kaufhaus Österreich) – Dialekt

Abbildung 18: Image Macro-Adaption 5 (Abschlussarbeit) – Dialekt

Abbildung 19: Image Macro-Adaption 6 (Wohnung) – Dialekt

Im Folgenden soll kurz auf den angespielten inhaltlichen Zusammenhang der erstellten Image Macro-Adaptionen eingegangen werden. Die erste Image Macro-Adaption thematisiert die Rekordarbeitslosigkeit in Österreich aufgrund der Covid19-Krise und die Tatsache, dass die ÖVP trotz der schwierigen Zeiten ein PR-Budget in Höhe von 210 Millionen Euro festlegte (vgl. Pühringer 2020). Die zweite Image Macro-Adaption spielt auf die fehlende Transparenz der ÖVP an, so bekam beispielsweise die SPÖ keine Auskunft über die Personalkosten von Bundeskanzler Sebastian Kurz (vgl. Bachmayr-Heyda 2020). Die dritte Image Macro-Adaption handelt von den beschlossenen Öffnungsmaßnahmen der ÖVP zu Gunsten von ÖVP nahen Betrieben. So wurden trotz der sich in Tirol ausbreitenden Südafrika-Variante von Covid19 die Skigebiete und die Hotellerie geöffnet, während in anderen Bundesländern teilweise Schulen und der Handel schließen mussten (vgl. Glösel 2021). Die vierte Image Macro-Adaption thematisiert die von der ÖVP in Auftrag gegebene Plattform „Kaufhaus Österreich“, welche als Online-Shop ähnlich wie Amazon agieren sollte. Die Plattform kostete beinahe doppelt so viel wie ursprünglich geplant (statt rund 700.000 €, zirka 1,3 Mio. €) und wurde nach 3 Monaten wieder geschlossen, da auf der Plattform nichts gekauft werden konnte (vgl. Demmel 2021). Die fünfte Image Macro-Adaption verweist auf den Plagiatsvorfall von ÖVP-Ministerin Christine Aschbacher, die bei ihrer Diplomarbeit schwerwiegend plagiiert hat (vgl. Bachmayr-Heyda 2021). Die letzte Image Macro-Adaption spielt auf das Zitat „Wenn sie kein Brot haben, dann sollen sie doch Kuchen essen!“ aus der Habsburger Zeit an, welches das Unverständnis der adeligen Elite über die sozialen Probleme der BürgerInnen aufzeigt (vgl. Mutschlechner 2021).

Unabhängig davon, ob politische Image Macro-Adaptionen mit Textbestandteilen im Standard oder Dialekt gezeigt werden, werden die Image Macro-Adaptionen anhand von drei Kategorien bewertet: 1) die Sprache des Memes 2) das Meme als Ganzes 3) die memetischen Funktionen.

In der ersten Kategorie werden die ProbandInnen dazu aufgefordert, die Image Macro-Adaptionen anhand der sprachlichen Textbestandteile zu beurteilen. Es soll überprüft werden, inwieweit die Bilder die Bewertung der ProbandInnen beeinflussen. Es soll sichergestellt werden, dass die Ergebnisse auf die sprachlichen Unterschiede zurückzuführen sind und keinen anderen Beeinflussungen unterliegen. In der zweiten Kategorie werden die Image Macro-Adaptionen holistisch betrachtet, also nicht nur

die Textbestandteile, sondern auch das Bild und die Auswirkung des Textes auf das Bild und visa versa. In der dritten Kategorie werden die memetischen Funktionen abgeprüft, indem gefragt wird, ob die Image Macro-Adaptionen „geliked“, „kommentiert“ und „weitergeleitet“ werden würden.

6.3 Skalendesign

Die Bewertung der Stimuli erfolgt anhand einer bipolaren Skalierung, bei der sich zwei gegensätzliche Adjektive gegenüberstehen. Die Skala besteht aus fünf Stufen, da durch die ungerade Zahl versucht wird, den ProbandInnen nicht die Option zu verwehren, eine neutrale Antworte abgeben zu können. Zwar wird bedacht, dass bei der Bewertung eine Tendenz zur Mitte bestehen könnte, jedoch überzeugt die Einführung einer neutralen Option, da die ProbandInnen nicht zur Entscheidung für eine Richtung gedrängt werden sollen. Dies könnte bei einigen ProbandInnen Unzufriedenheit und Demotivation beim Ausfüllen des Fragebogens hervorrufen, wodurch die Ergebnisse verfälscht werden.

Die Breite der Skala wird gemäß Daniela Keller (2013) gewählt, da sich Skalen mit weniger als fünf und mehr als neun Skalenpunkten nicht bewährt haben. Eine weitere Überlegung ist, dass mehr als 5-teilige Skalen zu unübersichtlich werden, da der Fragebogen dann überladen wirkt, wodurch sich die ProbandInnen überfordert fühlen. Aus diesem Grund werden die Skalenpunkte auf fünf beschränkt. Weiters werden keine grafischen Veränderungen in der Darstellung der Skalen (wie zum Beispiel unterschiedliche Größen bei Skalenpunkten) vorgenommen, da die ProbandInnen frei von jeglichen Einflüssen ihre Bewertungen abgeben sollen.

Die Orientierung der Skala ist bei der Erhebung der Daten von großem Interesse, weil auf der linken Seite die jeweils positiver konnotierten Items (z.B. sympathisch, lustig) und auf der rechten Seite deren Kontradiktion (z.B. unsympathisch, nicht lustig) aufgelistet sind. Somit bedeutet ein Kreuzchen ganz links auf der Skala, dass zum Beispiel die Sprache der Image Macro-Adaption als sehr sympathisch eingestuft wird und ein Kreuzchen ganz rechts auf der Skala steht dafür, dass die Sprache der Image Macro-Adaption als gar nicht sympathisch empfunden wird. Ein Kreuzchen in der Mitte sagt aus, es besteht eine neutrale Einstellung bei den ProbandInnen. Bei der Auswertung der Daten bedeutet dies, höhere Ziffern stellen eine Zustimmung mit

den vorrangig negativ konnotierten Items und niedrigere Ziffern eine Zustimmung mit den vorrangig positiv konnotierten Items dar. Für die ProbandInnen selbst wirkt sich dieser Umstand jedoch nicht aus, da sie die Items nur anhand der Skala bewerten und keinen Einblick in die mathematischen Vorgänge bekommen.

Wie in 6.2 Stimuli kurz angesprochen, erfolgt die Bewertung der Image Macro-Adaptionen in drei Kategorien. Damit der Fragebogen für die ProbandInnen leichter verständlich ist, wird der Begriff „Meme“ verwendet und nicht „Image Macro-Adaption“. Wenn nun folglich vom Meme gesprochen wird, ist weiterhin die Image Macro-Adaption gemeint.

Es wird gefragt, wie die Sprache des Memes und das Meme als Ganzes empfunden wird. Bei der Auswahl der Items wird zum einen darauf geachtet, dass die Adjektive leicht verständlich sind und diese auch nicht unterschiedlich gedeutet werden können. Es wird versucht, möglichst eindeutige Adjektive zu wählen, unter denen jede/r ProbandIn dasselbe versteht, damit den ProbandInnen kein Interpretationsspielraum gelassen wird. Zum anderen wird die Reihenfolge der Items bedacht, da zum Beispiel die Frage, ob die Sprache des Memes sympathisch ist, leichter beantwortet werden kann als die Frage, ob die Sprache des Memes vertrauenswürdig erscheint. Folgende Items werden zur Bewertung der Sprache des Memes verwendet:

Tabelle 3: Adjektivpaare – die Sprache des Memes

Die Sprache des Memes finde ich ...	
sympathisch	unsympathisch
lustig	nicht lustig
modern	nicht modern
vertrauenswürdig	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	nicht ansprechend
emotional	nicht emotional
schön klingend	nicht schön klingend
natürlich	nicht natürlich
intelligent	nicht intelligent

Mit den Adjektivpaaren „sympathisch / nicht sympathisch“ und „ansprechend / nicht ansprechend“ soll zunächst erhoben werden, ob die Sprache des Memes bei den ProbandInnen gut ankommt. Mittels dem Item „lustig / nicht lustig“ soll analysiert werden, ob der Standard oder der Dialekt bei den ProbandInnen als unterhaltsamer gewertet wird. Um die Modernität der Sprache des Memes abzufragen, wird das Adjektivpaar „modern / nicht modern“ herangezogen. Das Adjektivpaar „vertrauenswürdig / nicht vertrauenswürdig“ soll die Vertrauenswürdigkeit der Sprache überprüfen, da so festgestellt werden kann, ob Personen, die Dialekt verwenden, mehr vertraut wird als jenen Personen, welche den Standard benutzen. Inwiefern die genutzte Sprache die ProbandInnen berührt, soll mittels dem Adjektivpaar „emotional / nicht emotional“ erhoben werden. Die Adjektivpaare „schön klingend / nicht schön klingend“ und „natürlich / nicht natürlich“ sind insofern relevant, da Image Macro-Adaptionen mit Textbestandteilen im ostmittelbairischen Dialekt für manche ProbandInnen als ungewöhnlich und seltsam wahrgenommen werden könnten. Mit dem letzten Adjektivpaar „intelligent / nicht intelligent“ wird abgefragt, ob der Dialekt denselben Intelligenzgrad zugeschrieben bekommt wie der Standard oder der Dialekt aufgrund der Sprachverwendung im ländlichen Gebiet als nicht intelligent aufgefasst wird.

Für die Erhebung der Daten der zweiten Kategorie – das Meme als Ganzes – werden zum Großteil die Adjektivpaare der ersten Kategorie – die Sprache des Memes – verwendet. Dies dient zum einen der Vergleichbarkeit, zum anderen decken diese Adjektive in dem neuen Kontext andere Bereiche ab, weshalb sie unbedingt erforderlich sind. Folgende Items werden zur Bewertung des Memes als Ganzes verwendet:

Tabelle 4: Adjektivpaare – das Meme als Ganzes

Das Meme als Ganzes finde ich ...	
sympathisch	unsympathisch
lustig	nicht lustig
modern	nicht modern
vertrauenswürdig	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	nicht ansprechend
emotional	nicht emotional

gelungen	nicht gelungen
schön	nicht schön
kreativ	nicht kreativ
inhaltlich überzeugend	inhaltlich nicht überzeugend

Mit den Adjektivpaaren „sympathisch / nicht sympathisch“, „ansprechend / nicht ansprechend“, „gelungen / nicht gelungen“ und „schön / nicht schön“ soll nun erhoben werden, ob die Image Macro-Adaption generell, mit seinem Bild und Text, gut bei den ProbandInnen ankommt. Das Item „lustig / nicht lustig“ fragt den humoristischen Effekt ab, welcher bei Image Macros eine wichtige Rolle spielt. Mittels dem Adjektivpaar „modern / nicht modern“ wird analysiert, ob die Image Macro-Adaption „up-to-date“ ist oder als veraltet angesehen wird. Durch das Adjektivpaar „vertrauenswürdig / nicht vertrauenswürdig“ soll gezeigt werden, ob die ProbandInnen denken, dass die Image Macro-Adaption wahr ist und keine verfälschten Inhalte thematisiert. Nachdem Image Macro-Adaptionen sowohl mit Texten als auch Bildern arbeiten, können diese sehr viele Emotionen auslösen, überzeugend wirken und kreativ sein. Diese Faktoren sollen durch die Adjektivpaare „emotional / nicht emotional“, „inhaltlich überzeugend / inhaltlich nicht überzeugend“ und „kreativ / nicht kreativ“ erhoben werden.

Die letzte Kategorie beschäftigt sich mit den memetischen Funktionen. Folgende Items werden hierfür verwendet:

Tabelle 5: Adjektivpaare – die memetischen Funktionen

Das Meme würde ich ...	
liken	nicht liken
kommentieren	nicht kommentieren
weiterleiten	nicht weiterleiten

Das Adjektivpaar „liken / nicht liken“ soll abfragen, wie sehr den ProbandInnen eine politische Image Macro-Adaption gefällt und ob sie der Image Macro-Adaption einen „Daumen nach oben“ geben würden. Das zweite Adjektivpaar „kommentieren / nicht kommentieren“ prüft die Bereitschaft der ProbandInnen ab, einen Kommentar zu der politischen Image Macro-Adaption zu verfassen. Dies setzt eine höhere Aktivität der ProbandInnen voraus, da ein Text verfasst und nicht nur ein Knopf gedrückt werden

muss. Die memetische Funktion „weiterleiten / nicht weiterleiten“ fragt ab, ob die ProbandInnen die politische Image Macro-Adaption an andere Personen wie zum Beispiel an Freunde oder Familienmitglieder weiterleiten würden und somit zur Verbreitung der Image Macro-Adaption maßgeblich beitragen würden.

Anschließend an die Bewertung der Stimuli wird die Erfassung der politischen Daten vorgenommen. Die Erfassung der traditionellen und digitalen politischen Aktivität wird mittels einer 5-stufigen Skala vorgenommen, bei der die ProbandInnen zwischen „nie – selten – manchmal – oft – sehr oft“ wählen können. Für den ersten Teil der Befragung zum politischen Wissen wird ebenso eine 5-stufige Skala (stimme gar nicht zu – stimme voll zu) verwendet, für den zweiten Teil müssen die ProbandInnen nach jeder politischen Image Macro-Adaption die Frage „Ist dir der inhaltliche Zusammenhang bekannt, auf den dieses Meme anspielt?“ mittels eines „Ja“ bzw. „Nein“-Felds beantworten. Das politische Interesse wird auch mithilfe einer 5-stufigen Skala (gar nicht – sehr stark) erfasst. Um die bei der Nationalratswahl 2019 gewählte Partei der ProbandInnen herauszufinden, gibt es ein Single-Choice-Format und für die Einordnung der politischen Grundeinstellung eine Skala von 1 bis 10 (politisch links – politisch rechts).

Für die Erfassung der Intensität der Social-Media-Nutzung und der Dialekt-Kompetenzen wird eine 7-stufige Skala gewählt. Die demographischen Daten können mittels Drop-Down-Felder, Eingabefelder oder Single-Choice-Felder beantwortet werden. Am Ende des Fragebogens wird ein Textfeld zur Verfügung gestellt, um die Möglichkeit zu geben, zusätzliche Anmerkungen und Fragen einzubringen. Die Beantwortung der Fragen soll möglichst einfach sein, weshalb eine schlichte Darstellung mit möglichst wenig Abwechslung in der Beantwortungsmöglichkeit präferiert wird.

6.4 Teilnehmende

An der Umfrage beteiligen sich Studierende der Universität Wien und Universität Salzburg. Insgesamt wird 273 Personen der Online-Fragebogen vorgelegt, wobei 54 Fälle herausgenommen werden, da der Fragebogen nicht vollständig beantwortet wurde. Durch das Herausnehmen der 54 Fälle soll eine Verfälschung der Ergebnisse

verhindert werden. Es ergibt sich eine Gesamtzahl von 219 inhaltlich vollständig ausgefüllten Fragebögen, die für die Analysen herangezogen werden.

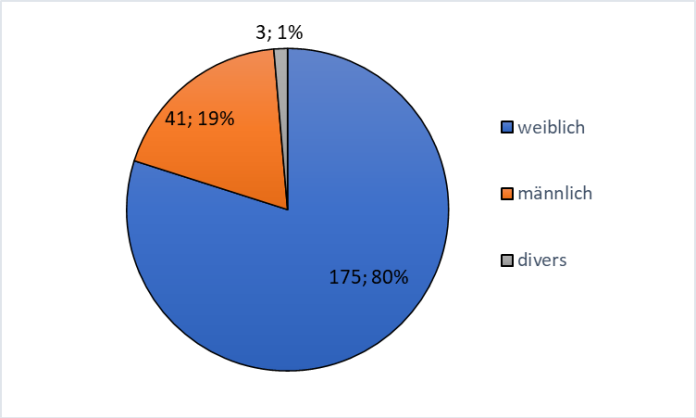

Abbildung 20: Geschlecht der ProbandInnen (n = 219)

Abbildung 20 zeigt, dass von den 219 ProbandInnen 175 Personen (80 Prozent) weiblich, 41 Personen (19 Prozent) männlich und 3 Personen (1 Prozent) divers als Geschlecht angegeben haben. Nachstehend ist eine Abbildung, welche die Altersklassen der ProbandInnen darstellt.

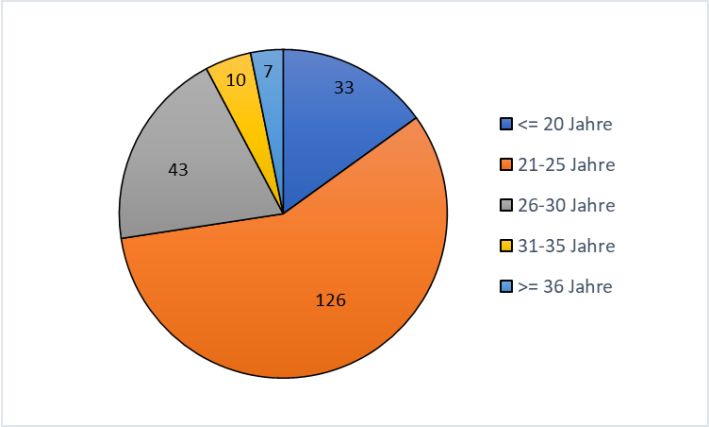

Abbildung 21: Alter der ProbandInnen (n = 219)

Wie zu sehen ist, sind von den 219 befragten ProbandInnen 33 Personen (15 Prozent) jünger als 20 Jahre. Die größte Gruppe macht die 21-25-Jährigen aus, hier nahmen 126 ProbandInnen (58 Prozent) teil, gefolgt von den 26-30-Jährigen (20 Prozent). Zehn ProbandInnen (5 Prozent) sind zwischen 31-35 Jahren alt und sieben ProbandInnen haben das Alter von 35 Jahren überschritten.

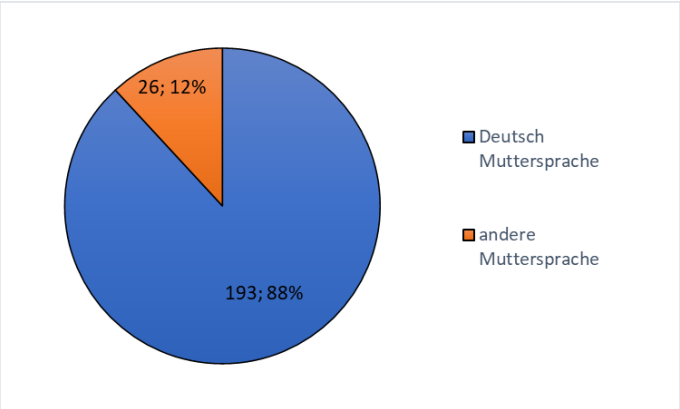

Abbildung 22: Muttersprache der ProbandInnen (n = 219)

Abbildung 22 visualisiert, dass von den 219 ProbandInnen 193 Personen (88 Prozent) Deutsch als Muttersprache haben und 26 ProbandInnen (12 Prozent) eine andere Muttersprache sprechen.

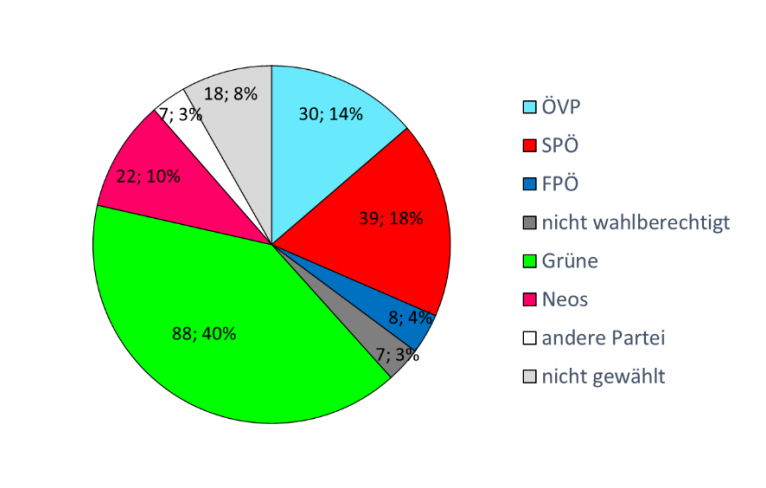

Abbildung 23: Wahlergebnisse der ProbandInnen bei der Nationalratswahl 2019 in Österreich (n = 219)

In Abbildung 23 ist zu sehen, welche Parteien von den 219 ProbandInnen bei der letzten Nationalratswahl gewählt wurden. Es ist zu erkennen, dass die Grünen von den meisten ProbandInnen (40 Prozent) bevorzugt wurden. Die SPÖ bekam 39 Stimmen (18 Prozent), die ÖVP 30 Stimmen (14 Prozent) und die Neos 22 Stimmen (10 Prozent). Acht ProbandInnen (4 Prozent) wählten die FPÖ und sieben ProbandInnen (3 Prozent) gaben einer anderen Partei ihre Stimme. Von den 219 ProbandInnen waren sieben Personen (3 Prozent) noch nicht zur Wahl berechtigt und 18 (8 Prozent) haben nicht gewählt.

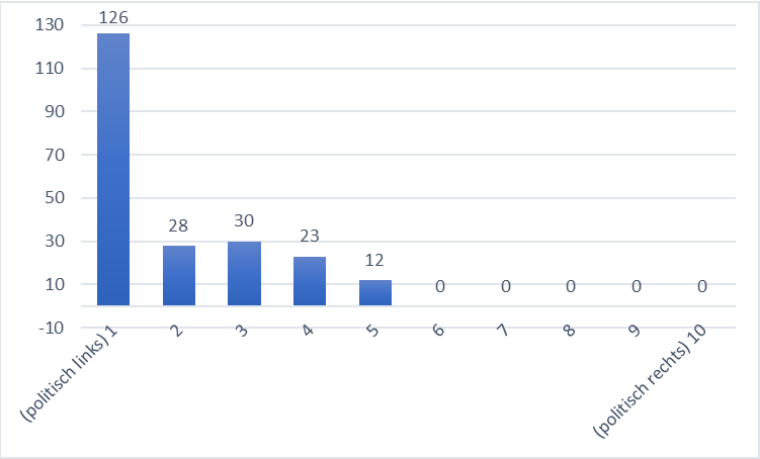

Abbildung 24: politische Einordnung der ProbandInnen (n = 219)

Abbildung 24 visualisiert die politische Einordnung der ProbandInnen auf einer Skala von 1 bis 10, wobei 1 politisch links und 10 politisch rechts bedeutet. Es ist deutlich zu sehen, dass sich der Großteil (126 ProbandInnen) links einordnet und sich die restlichen Personen ebenfalls eher links verorten. Kein/e ProbandIn stuft sich politisch rechts ein.

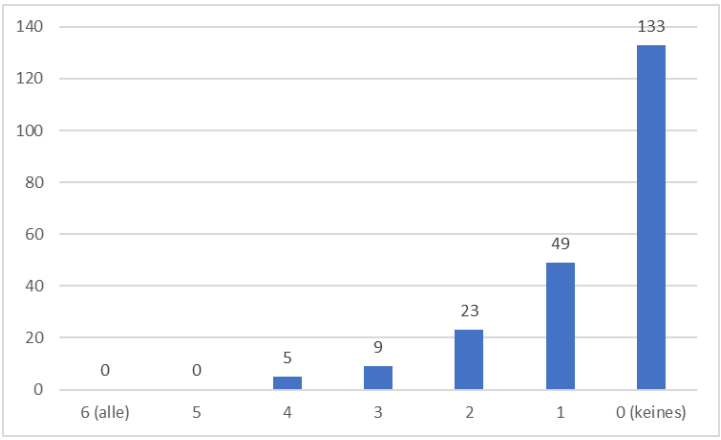

Abbildung 25: Anzahl der verstandenen inhaltlichen Anspielungen der Image Macro-Adaptionen (n = 219)

In Abbildung 25 ist die Anzahl der von den ProbandInnen verstandenen inhaltlichen Anspielungen der Image Macro-Adaptionen zu sehen. Es wird deutlich, dass 133 ProbandInnen keine einzige inhaltliche Anspielung von den sechs gezeigten Image Macro-Adaptionen verstanden haben. 49 ProbandInnen haben eine, 23 ProbandInnen 23, neun ProbandInnen drei und fünf ProbandInnen vier inhaltliche Anspielungen verstanden. Keine/r der ProbandInnen hat fünf oder alle inhaltlichen Anspielungen der Image Macro-Adaptionen verstanden.

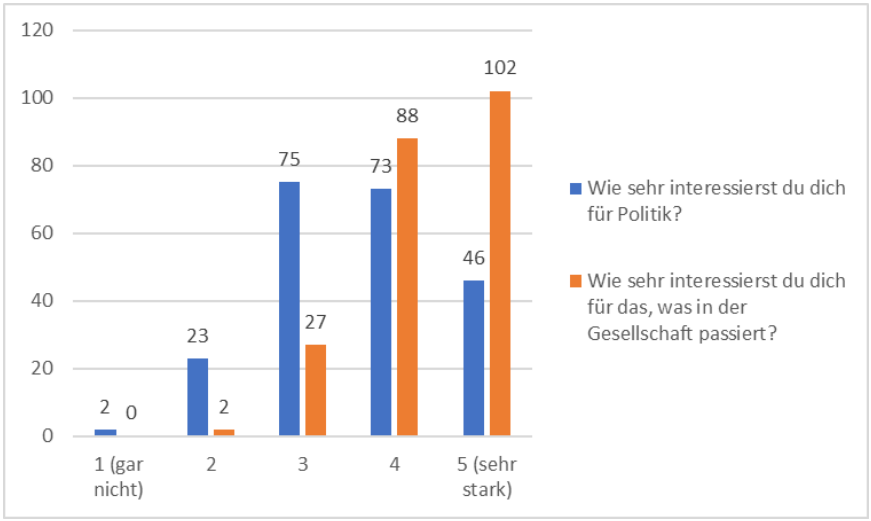

Abbildung 26: politisches Interesse der ProbandInnen (n = 219)

In Abbildung 26 wird das politische Interesse der ProbandInnen dargestellt. Bei der Frage, wie sehr Interesse für die Politik besteht, gaben 46 ProbandInnen an, sich sehr stark und 73 ProbandInnen sich stark für Politik zu interessieren. 75 ProbandInnen verorten sich im Mittelfeld, 23 ProbandInnen haben wenig und zwei ProbandInnen gar kein Interesse an der Politik. Auf die Frage, wie sehr Interesse für gesellschaftliche Ereignisse besteht, antworteten 102 ProbandInnen mit sehr stark und 88 ProbandInnen mit stark. 27 ProbandInnen positionieren sich im Mittelfeld, zwei ProbandInnen haben kaum Interesse daran und kein/e einzige/r ProbandIn interessiert sich überhaupt nicht für gesellschaftliche Ereignisse.

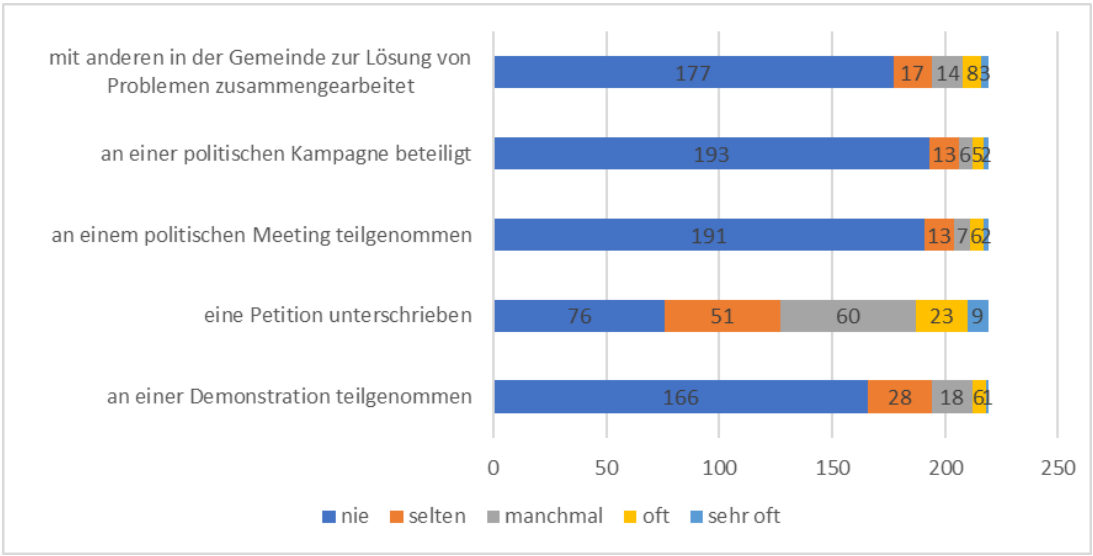

Abbildung 27: Partizipation der ProbandInnen an traditionellen politischen Aktivitäten (n = 219)

Abbildung 27 gibt einen Überblick über die Partizipation an traditionellen politischen Aktivitäten. Es wird deutlich, dass sich die meisten ProbandInnen nie bzw. selten an politischen Kampagnen beteiligen, an politischen Meetings teilnehmen, mit anderen in der Gemeinde zur Lösung von Problemen zusammenarbeiten und an Demonstrationen teilnehmen. Am häufigsten unterschreiben die ProbandInnen eine Petition, so gaben neun ProbandInnen an, dies sehr oft zu tun, 23 ProbandInnen oft und 60 ProbandInnen manchmal. Nur wenige ProbandInnen nehmen an den genannten traditionellen politischen Aktivitäten sehr oft bzw. oft teil.

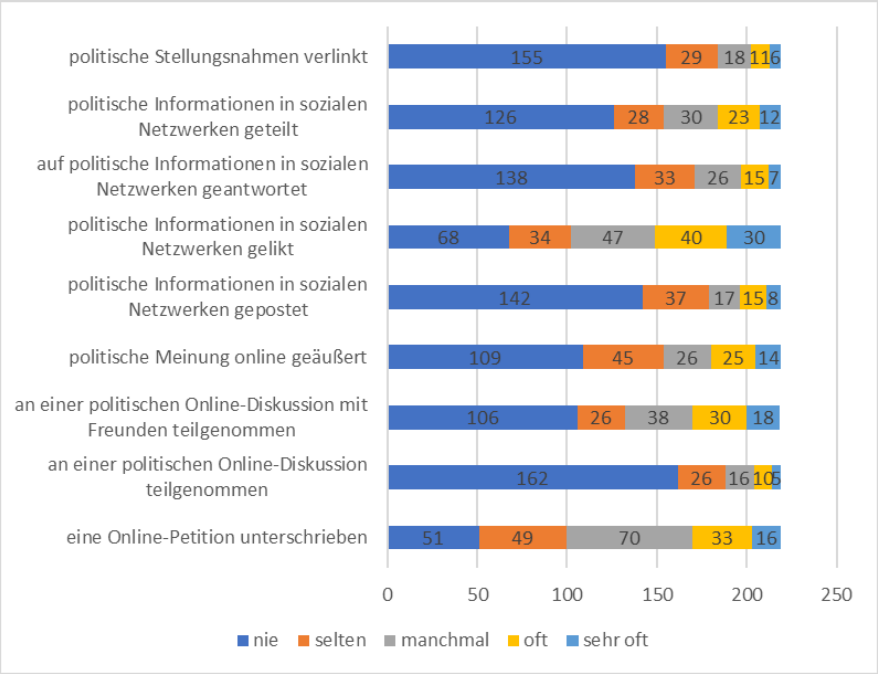

Abbildung 28: Partizipation der ProbandInnen an digitalen politischen Aktivitäten (n = 219)

In Abbildung 28 wird die Teilnahme der ProbandInnen an digitalen politischen Aktivitäten sichtbar. Es zeigt sich, dass auch hier der Großteil der ProbandInnen nie bzw. selten an politischen Online-Aktivitäten teilnimmt. Am häufigsten werden politische Informationen in sozialen Netzwerken geliked, so gaben 30 ProbandInnen an, dies sehr oft und 40 ProbandInnen dies oft zu tun. Auch das Äußern der politischen Meinung online, die Teilnahme an politischen Online-Diskussionen mit Freunden und das Unterschreiben von Online-Petitionen wurde von rund 40 ProbandInnen sehr oft bzw. oft gemacht.

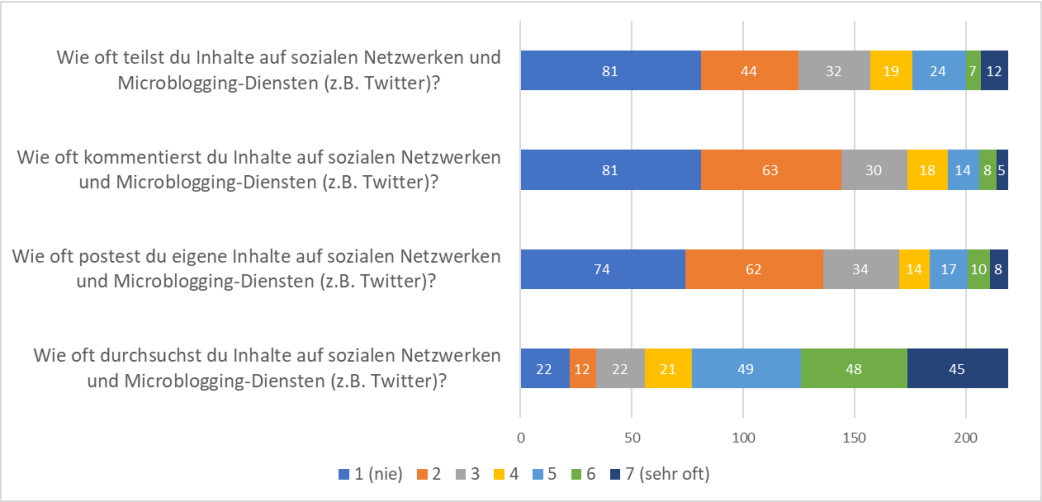

Abbildung 29: Mediennutzung der ProbandInnen (n = 219)

In Abbildung 29 ist ersichtlich, dass der Großteil der Probandinnen nie bis kaum Inhalte auf sozialen Netzwerken und Microblogging-Diensten wie zum Beispiel Twitter teilt, kommentiert und postet. Nur ein geringer Anteil der ProbandInnen führt die eben genannten Tätigkeiten oft bis sehr oft aus. Eine andere Verteilung ist bezüglich des Durchsuchens von Inhalten auf sozialen Netzwerken und Microblogging-Diensten zu sehen. Hier wird deutlich, dass nur ein geringer Prozentsatz der ProbandInnen nie und kaum Inhalte auf sozialen Netzwerken und Microblogging-Diensten sucht und mehr ProbandInnen dies häufig und sehr oft tun.

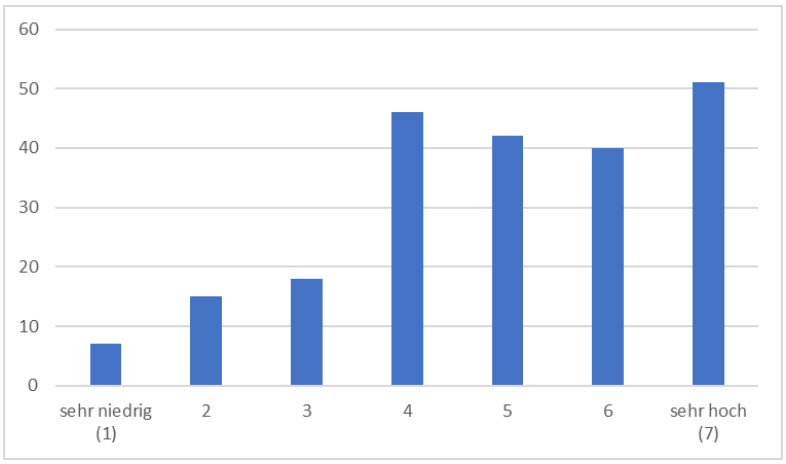

Abbildung 30: Ansehen dialektaler Sprechweisen im Freundeskreis der ProbandInnen (n= 219)

Abbildung 30 thematisiert das Ansehen dialektaler Sprechweisen im Freundeskreis der ProbandInnen. Die Grafik visualisiert sehr deutlich das hohe bzw. sehr hohe Ansehen dialektaler Sprechweisen. Nur wenige Personen denken, dialektale Sprechweisen hätten keinen hohen Stellenwert.

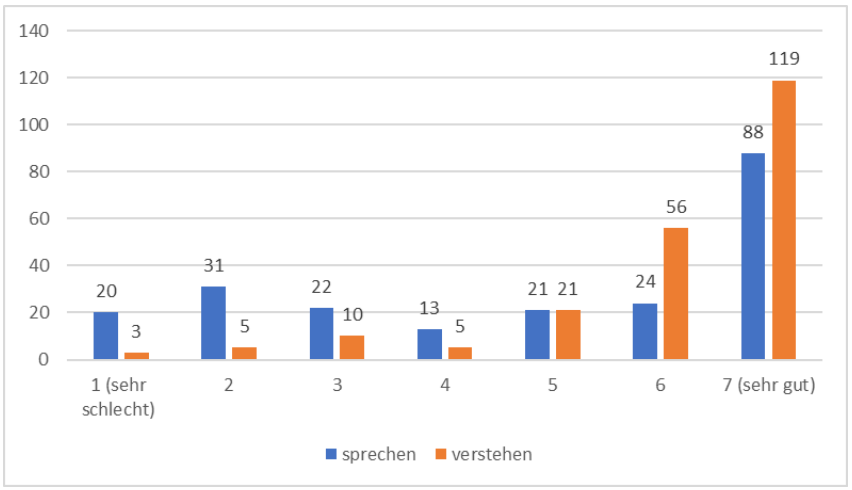

Abbildung 31: Dialektkompetenz der ProbandInnen (n = 219)

In Abbildung 31 wird die Dialektkompetenz der ProbandInnen abgebildet. Die Dialektkompetenz stellt dabei einen Index aus den Variablen „Dialekt sprechen“ und „Dialekt verstehen“ dar. 88 ProbandInnen denken, Dialekt sehr gut verstehen zu können und 119 ProbandInnen halten sich für gute DialektsprecherInnen. Es ist ersichtlich, dass sich die ProbandInnen eine höhere Kompetenz im Bereich „verstehen“ zuschreiben. So geben auch 20 ProbandInnen an, Dialekt sehr schlecht und 31 ProbandInnen Dialekt schlecht zu sprechen, während sich insgesamt sieben ProbandInnen geringere Kompetenz im Bereich „verstehen“ zuschreiben.

6.5 Berechnungen

Für die Auswertung wird der gepaarte t-Test, eines der einfachsten und am häufigsten eingesetzten Testverfahren in der Statistik, mittels SPSS durchgeführt (vgl. Pfister / Janczyk 2020: 45). Der gepaarte t-Test wird dann eingesetzt, wenn genau zwei Messungen (in dieser Masterarbeit die Bewertung von Image Macro-Adaptionen mit Textbestandteilen im Standard und im Dialekt) vorhanden sind, welche unabhängig voneinander sind (vgl. Hemmerich o.J. c).

Um zudem die Größe der statistischen Effekte angeben zu können, werden für den gepaarten t-Test zusätzlich die Effektstärken berechnet. Hierfür wird die Formel von Cohens verwendet (vgl. Hemmerich o.J.a):

$$d_z = \frac{T}{\sqrt{df + 1}}$$

Gemäß Cohens handelt es sich um einen kleinen Effekt, wenn d_z zwischen den Werten 0,2 und 0,5 liegt, um einen mittleren Effekt, wenn sich d_z zwischen den Werten 0,5 und 0,8 befindet und um einen großen Effekt, wenn d_z größer als 0,8 ist. (vgl. Pfister / Janczyk 2020: 85)

Eine Effektstärke von +0.50 bedeutet somit, dass bei beiden Gruppen eine Differenz von einer halben Standardabweichung existiert (vgl. Hemmerich o.J. d). Negative d_z-Werte besagen, dass der Effekt in der umgekehrten Richtung vorhanden ist (vgl. Hemmerich o.J. b).

Weiters werden Korrelations-Berechnungen durchgeführt. Mittels der Pearson-Produkt-Moment Korrelation kann die Stärke des linearen Zusammenhangs zwischen zwei Variablen bestimmt werden. Der Korrelationskoeffizient wird mittels des Buchstabens „r“ abgekürzt und ist ein Wert zwischen -1 und +1. Dabei steht die Zahl +1 für einen sehr starken positiven Zusammenhang und die Zahl -1 stellt einen sehr starken negativen Wert dar. Ein Korrelationskoeffizient von Null beschreibt, dass kein Zusammenhang zwischen den zwei Variablen vorhanden ist. Eine genauere Interpretation des Korrelationskoeffizienten r bietet Cohens (1988). Gemäß Cohens handelt es sich um eine schwache Korrelation, wenn der Korrelationskoeffizient r = 0,10 ist, um eine mittlere Korrelation bei r = 0,30 und um eine starke Korrelation bei r = 0,50. Dabei ist das Vorzeichen irrelevant, es macht keinen Unterschied, ob der Korrelationskoeffizient r positiv oder negativ ist. (vgl. Pfister / Janczyk 2020: 164)

7 Präsentation der Ergebnisse

7.1 gepaarter t-Test

Nachstehend werden die signifikanten Ergebnisse des gepaarten t-Tests für die sechs erstellten Image Macro-Adaptionen gezeigt. Es ist festzuhalten, dass es sich bei den eingeblendeten Werten in den Diagrammen um die jeweiligen Mittelwerte der 219 befragten ProbandInnen handelt. Je niedriger der Mittelwert ausfällt, desto positiver (zum Beispiel sympathischer, moderner, lustiger usw.) wird die Sprache des Memes, das Meme als Ganzes bzw. die Bereitschaft das Meme zu liken / kommentieren / weiterleiten empfunden. Je höher der Mittelwert ist, desto negativer fiel die Bewertung aus.

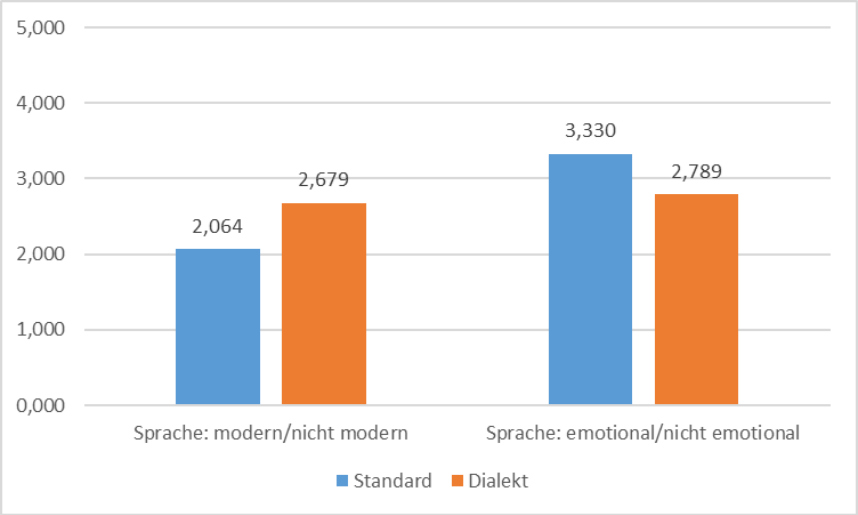

Abbildung 32: Ergebnisse – Image Macro-Adaption 1 (PR)

Die Abbildung 32 bezieht sich auf die erste gezeigte Image Macro-Adaption „PR“ und gibt Ergebnisse in Bezug auf die Sprache des Memes wieder. Es ist zu erkennen, dass die ProbandInnen den Standard (2,064) in Bezug auf die Sprache des Memes als moderner beurteilt haben als den Dialekt (2,679). Der Signifikanzwert p für das Item modern / nicht modern beträgt 0,0000 und es ist eine kleine Effektstärke (-0,4233) vorhanden. Der Dialekt (2,789) wurde emotionaler als der Standard (3,330) eingestuft. Der Signifikanzwert p für das Item emotional / nicht emotional beträgt 0,0040 und es ist eine kleine Effektstärke (0,2830) vorhanden. Für diese Image

Macro-Adaption gab es keine signifikanten Ergebnisse bezüglich der holistischen Betrachtungsweise oder den memetischen Funktionen.

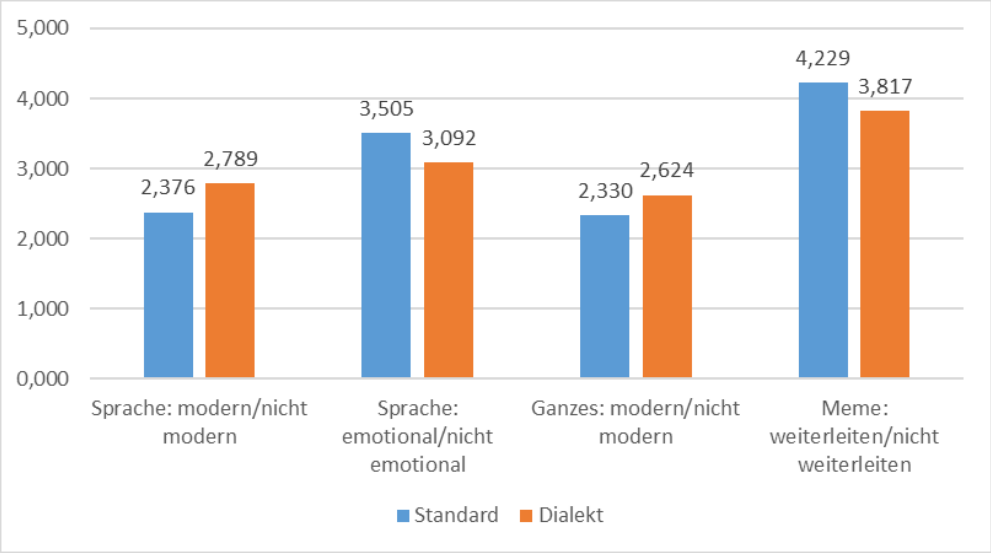

Abbildung 33: Ergebnisse – Image Macro-Adaption 2 (Transparenz)

Die Abbildung 33 zeigt die Ergebnisse der zweiten Image Macro-Adaption „Transparenz“ in Bezug auf die Sprache, dem Meme als Ganzes sowie den memetischen Funktionen. Es ist zu sehen, dass der Standard (2,376) bezüglich der Sprache des Memes als moderner eingestuft wurde als der Dialekt (2,789). Der Signifikanzwert p für das Item „modern / nicht modern“ beträgt 0,0050 und es ist eine kleine Effektstärke (-0,2767) vorhanden. Der Dialekt (3,092) wurde als emotionaler gegenüber dem Standard (3,505) empfunden. Der Signifikanzwert p für das Item „emotional / nicht emotional“ beträgt 0,0170 und es ist eine kleine Effektstärke (0,2326) vorhanden. Weiters zeigt sich, dass das Meme als Ganzes ebenfalls im Standard moderner (2,330) als der Dialekt (2,624) empfunden wurde. Der Signifikanzwert p für das Item „modern / nicht modern“ beträgt 0,0500 und es ist eine kleine Effektstärke (-0,1897) vorhanden. Diese Adaption würde im Dialekt (3,817) eher weitergeleitet werden als im Standard (4,229). Der Signifikanzwert p für das Item „weiterleiten / nicht weiterleiten“ beträgt 0,0160 und es ist eine kleine Effektstärke (0,2346) vorhanden.

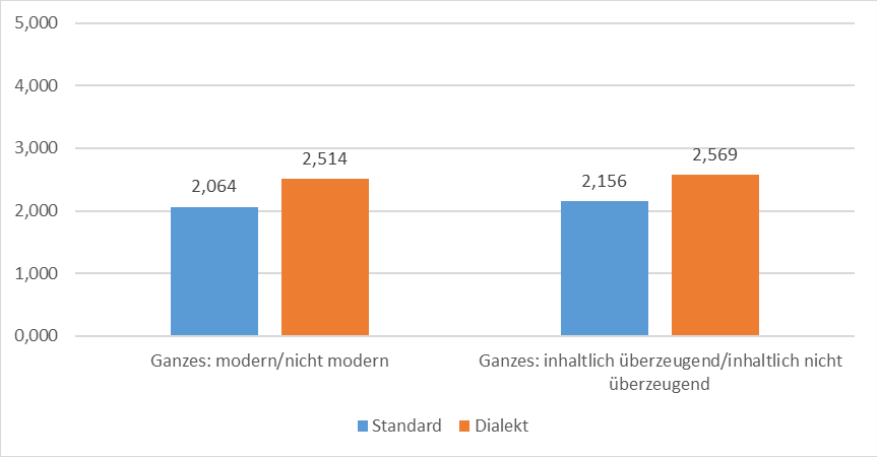

Abbildung 34: Ergebnisse – Image Macro-Adaption 3 (Skigebiete)

Die Abbildung 34 veranschaulicht die Ergebnisse der Image Macros-Adaption „Skigebiete“ in Bezug auf die holistische Betrachtungsweise. Der Standard wird positiver als der Dialekt wahrgenommen, da er moderner (2,064) und inhaltlich überzeugender (2,156) bewertet wurde als der Dialekt (2,514 bzw. 2,569). Der Signifikanzwert p für das Item „modern / nicht modern“ beträgt 0,0020 und es ist eine kleine Effektstärke (-0,3074) vorhanden. Der Signifikanzwert p für das Item „inhaltlich überzeugend / inhaltlich nicht überzeugend“ beträgt 0,0110 und es ist eine kleine Effektstärke (-0,2492) vorhanden. Keine signifikanten Ergebnisse sind bezüglich der Sprache des Memes und den memetischen Funktionen vorhanden.

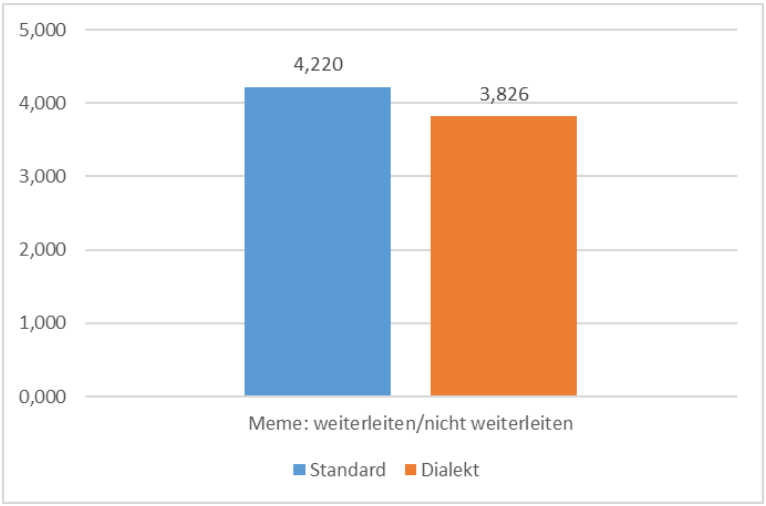

Abbildung 35: Ergebnisse – Image Macro-Adaption 4 (Kaufhaus Österreich)

In Abbildung 35 wird die vierte Image Macro-Adaption „Kaufhaus Österreich“ bezüglich seiner memetischen Funktionen thematisiert. Es ist zu sehen, dass die ProbandInnen die Image Macro-Adaption im Dialekt (3,826) eher weiterleiten würden als im Standard (4,220). Der Signifikanzwert p für das Item „weiterleiten / nicht weiterleiten“ beträgt 0,0270 und es ist eine kleine Effektstärke (0,2143) vorhanden. Für diese Image Macro-Adaption gab es keine signifikanten Ergebnisse bezüglich der Sprache des Memes und der holistischen Betrachtungsweise.

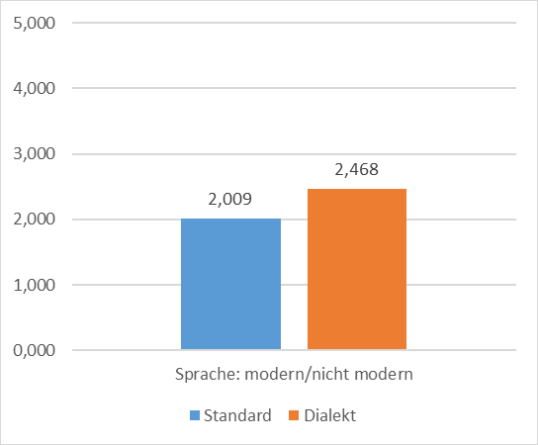

Abbildung 36: Ergebnisse – Image Macro-Adaption 5 (Abschlussarbeit)

Die Abbildung 36 behandelt die Ergebnisse der Image Macro-Adaption „Abschlussarbeit“. Es konnte ein signifikantes Ergebnis bezüglich der Sprache des Memes festgestellt werden. Der Standard (2,009) wird moderner wahrgenommen als der Dialekt (2,468). Der Signifikanzwert p für das Item „modern / nicht modern“ beträgt 0,0020 und es ist eine kleine Effektstärke (-0,3096) vorhanden. Keine signifikanten Ergebnisse sind bei der holistischen Betrachtungsweise und den memetischen Funktionen aufgetreten.

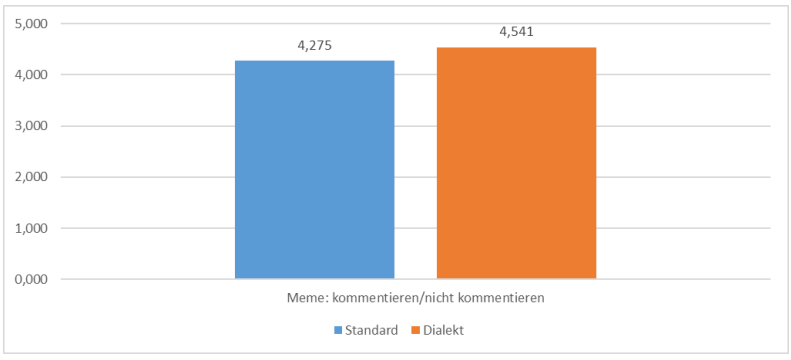

Abbildung 37: Ergebnisse – Image Macro-Adaption 6 (Wohnung)

In Abbildung 37 werden die Ergebnisse für die Image Macro-Adaption „Wohnung“ abgebildet. Es ist zu sehen, dass die Image Macro-Adaption von den ProbandInnen im Standard (4,275) eher kommentiert wird als im Dialekt (4,541). Der Signifikanzwert p für das Item „kommentieren / nicht kommentieren“ beträgt 0,0430 und es ist eine kleine Effektstärke (-0,1959) vorhanden. Bezüglich der Sprache des Memes und der holistischen Betrachtungsweise gibt es keine signifikanten Ergebnisse.

Folgende Tabelle fasst die eben aufgezeigten signifikanten Ergebnisse zusammen:

Tabelle 6: signifikante Ergebnisse des t-Tests

Kategorie	Adjektivpaare	Anzahl der signifikanten Ergebnisse
Sprache	modern / nicht modern emotional / nicht emotional	3 2
Meme als Ganzes	modern / nicht modern inhaltlich überzeugend / inhaltlich nicht überzeugen	2 1
memetische Funktionen	weiterleiten / nicht weiterleiten kommentieren / nicht kommentieren	2 1

Die Image Macro-Adaptionen im Standard wurden bezüglich der Sprache drei Mal und auf holistischer Betrachtungsweise zwei Mal als moderner eingestuft. Image Macro-Adaptionen im Dialekt wurden bezüglich der Sprache zwei Mal als emotionaler bewertet. Weiters wurde eine Image Macro-Adaption im Standard als inhaltlich überzeugender bewertet. Bezüglich der memetischen Funktionen würden Image Macro-Adaptionen im Dialekt zwei Mal eher weitergeleitet werden als im Standard, dafür wurde ein Mal angegeben, dass die Image Macro-Adaption im Standard eher kommentiert werden würde als die Dialekt-Adaption.

Zu folgenden Adjektivpaaren der Adaption 1 „PR“, der Adaption 2 „Transparenz“ und der Adaption 3 „Skigebiete“ konnten keine signifikanten Ergebnisse erzielt werden:

	Adaption 1 - PR	Sig. (2-seitig)	Adaption 2 - Transparenz	Sig. (2-seitig)	Adaption 3 - Skigebiete	Sig. (2-seitig)
Sprache	Spr.1: Standard sympathisch - Dialekt sympathisch	0,4900	Spr.2: Standard sympathisch - Dialekt sympathisch	0,4200	Spr.3: Standard sympathisch - Dialekt sympathisch	0,2020
	Spr.1: Standard lustig - Dialekt lustig	0,2650	Spr.2: Standard lustig - Dialekt lustig	0,2330	Spr.3: Standard lustig - Dialekt lustig	0,5020
					Spr.3: Standard modern - Dialekt modern	0,0100
	Spr.1: Standard vertrauenswürdig - Dialekt vertrauenswürdig	0,4830	Spr.2: Standard vertrauenswürdig - Dialekt vertrauenswürdig	0,2980	Spr.3: Standard vertrauenswürdig - Dialekt vertrauenswürdig	0,3270
	Spr.1: Standard ansprechend - Dialekt ansprechend	0,4180	Spr.2: Standard ansprechend - Dialekt ansprechend	0,6000	Spr.3: Standard ansprechend - Dialekt ansprechend	0,1490
					Spr.3: Standard emotional - Demo.	0,4020
	Spr.1: Standard schön klingend - Dialekt schön klingend	0,9040	Spr.2: Standard schön klingend - Dialekt schön klingend	0,2060	Spr.3: Standard schön klingend - Dialekt schön klingend	0,7600
	Spr.1: Standard natürlich - Dialekt natürlich	0,1020	Spr.2: Standard natürlich - Dialekt natürlich	0,0940	Spr.3: Standard natürlich - Dialekt natürlich	0,1460
	Spr.1: Standard intelligent - Dialekt intelligent	0,1870	Spr.2: Standard intelligent - Dialekt intelligent	0,0940	Spr.3: Standard intelligent - Dialekt intelligent	0,1910
Meme als Ganzes	GZ1: Standard sympathisch. - Dialekt sympathisch	0,7420	GZ2: Standard sympathisch. - Dialekt sympathisch	0,3770	GZ3: Standard sympathisch. - Dialekt sympathisch	0,1760
	GZ1: Standard lustig - Dialekt lustig	0,9290	GZ2: Standard lustig - Dialekt lustig	0,4880	GZ3: Standard lustig - Dialekt lustig	0,3110
	GZ1: Standard modern - Dialekt modern	0,0960				
	GZ1: Standard vertrauenswürdig - Dialekt vertrauenswürdig	0,2960	GZ2: Standard vertrauenswürdig - Dialekt vertrauenswürdig	0,5870	GZ3: Standard vertrauenswürdig - Dialekt vertrauenswürdig	0,1670
	GZ1: Standard ansprechend - Dialekt ansprechend	0,0790	GZ2: Standard ansprechend - Dialekt ansprechend	0,6050	GZ3: Standard ansprechend - Dialekt ansprechend	0,1080
	GZ1: Standard emotional – Dialekt emotional	0,1740	GZ2: Standard emotional – Dialekt emotional	0,3930	GZ3: Standard emotional – Dialekt emotional	1,0000
	GZ1: Standard gelungen. - Dialekt gelungen	0,6120	GZ2: Standard gelungen. - Dialekt gelungen	0,7340	GZ3: Standard gelungen. - Dialekt gelungen	0,1000
	GZ1: Standard schön - Dialekt schön	1,0000	GZ2: Standard schön - Dialekt schön	0,1870	GZ3: Standard schön - Dialekt schön	0,3740
	GZ1: Standard kreativ - Dialekt kreativ	0,9180	GZ2: Standard kreativ - Dialekt kreativ	0,3420	GZ3: Standard kreativ - Dialekt kreativ	0,8160
	GZ1: Standard inhaltlich überzeugend - Dialekt inhaltlich überzeugend	0,8660	GZ2: Standard inhaltlich überzeugend - Dialekt inhaltlich überzeugend	0,5040		
memetische Funktionen	M1: Standard liken - Dialekt liken	0,8100	M2: Standard liken - Dialekt liken	0,4300	M3: Standard liken - Dialekt liken	0,4440
	M1: Standard kommentieren - Dialekt kommentieren	0,8110	M2: Standard kommentieren - Dialekt kommentieren	0,5660	M3: Standard kommentieren - Dialekt kommentieren	0,9080
	M1: Standard weiterleiten. - Dialekt weiterleiten.	0,8850			M3: Standard weiterleiten. - Dialekt weiterleiten.	0,4750

Abbildung 38: Adjektivpaare ohne signifikanten Ergebnissen (Adaption 1-3)

Ebenfalls keine signifikanten Ergebnisse erzielen die nachstehenden Adjektivpaare der Adaption 4 „Kaufhaus Österreich“, der Adaption 5 „Abschlussarbeit“ und der Adaption 6 „Wohnung“:

	Adaption 4 - Kaufhaus Österreich	Sig. (2-seitig)	**Adaption 5 - Abschlussarbeit**	Sig. (2-seitig)	**Adaption 6 - Wohnung**	Sig. (2-seitig)
Sprache	Spr4: Standard sympathisch - Dialekt sympathisch	0,5870	Spr5: Standard sympathisch - Dialekt sympathisch	0,5870	Spr6: Standard sympathisch - Dialekt sympathisch	0,21900
	Spr4: Standard lustig - Dialekt lustig	0,9520	Spr5: Standard lustig - Dialekt lustig	0,9520	Spr6: Standard lustig - Dialekt lustig	0,52600
	Spr4: Standard modern – Dialekt modern.	0,0020			Spr6: Standard modern – Dialekt modern	0,12100
	Spr4: Standard vertrauenswürdig - Dialekt vertrauenswürdig	0,4630	Spr5: Standard vertrauenswürdig - Dialekt vertrauenswürdig	0,4630	Spr6: Standard vertrauenswürdig - Dialekt vertrauenswürdig	0,95100
	Spr4: Standard ansprechend - Dialekt ansprechend	0,2480	Spr5: Standard ansprechend - Dialekt ansprechend	0,2480	Spr6: Standard ansprechend - Dialekt ansprechend	0,95600
	Spr4: Standard emotional – Dialekt emotional	0,5290	Spr5: Standard emotional – Dialekt emotional	0,5290	Spr6: Standard emotional – Dialekt emotional	0,23500
	Spr4: Standard schön klingend - Dialekt schön klingend	0,9100	Spr5: Standard schön klingend - Dialekt schön klingend	0,9100	Spr6: Standard schön klingend - Dialekt schön klingend	0,75200
	Spr4: Standard natürlich - Dialekt natürlich	0,2280	Spr5: Standard natürlich - Dialekt natürlich	0,2280	Spr6: Standard natürlich - Dialekt natürlich	0,45800
	Spr4: Standard intelligent - Dialekt intelligent	0,9030	Spr5: Standard intelligent - Dialekt intelligent	0,9030	Spr6: Standard intelligent - Dialekt intelligent	0,75200
Meme als Ganzes	GZ4: Standard sympathisch - Dialekt sympathisch	0,5500	GZ5: Standard sympathisch - Dialekt sympathisch	0,6470	GZ6: Standard sympathisch - Dialekt sympathisch	0,7390
	GZ4: Standard lustig - Dialekt lustig	0,6540	GZ5: Standard lustig - Dialekt lustig	0,7970	GZ6: Standard lustig - Dialekt lustig	0,9630
	GZ4: Standard modern - Dialekt modern	0,0850	GZ5: Standard modern - Dialekt modern	0,1340	GZ6: Standard modern - Dialekt modern	0,1850
	GZ4: Standard vertrauenswürdig - Dialekt vertrauenswürdig	0,5880	GZ5: Standard vertrauenswürdig - Dialekt vertrauenswürdig	0,8580	GZ6: Standard vertrauenswürdig - Dialekt vertrauenswürdig	0,9030
	GZ4: Standard ansprechend - Dialekt ansprechend	0,8230	GZ5: Standard ansprechend - Dialekt ansprechend	0,8590	GZ6: Standard ansprechend - Dialekt ansprechend	0,3080
	GZ4: Standard emotional – Dialekt emotional	0,2710	GZ5: Standard emotional – Dialekt emotional	0,7460	GZ6: Standard emotional – Dialekt emotional	0,6870
	GZ4: Standard gelungen. - Dialekt gelungen	0,8170	GZ5: Standard gelungen. - Dialekt gelungen	0,6580	GZ6: Standard gelungen. - Dialekt gelungen	0,5870
	GZ4: Standard schön - Dialekt schön	0,6840	GZ5: Standard schön - Dialekt schön	0,2340	GZ6: Standard schön - Dialekt schön	0,9530
	GZ4: Standard kreativ - Dialekt kreativ	0,8630	GZ5: Standard kreativ - Dialekt kreativ	0,6980	GZ6: Standard kreativ - Dialekt kreativ	0,6000
	GZ4: Standard inhaltlich überzeugend - Dialekt inhaltlich überzeugend	0,2090	GZ5: Standard inhaltlich überzeugend - Dialekt inhaltlich überzeugend	0,6740	GZ6: Standard inhaltlich überzeugend - Dialekt inhaltlich überzeugend	0,4180
memetische Funktionen	M4: Standard liken - Dialekt liken	0,7870	M5: Standard liken - Dialekt liken	0,5390	M6: Standard liken - Dialekt liken	0,6350
	M4: Standard kommentieren - Dialekt kommentieren	0,8900	M5: Standard kommentieren - Dialekt kommentieren	0,8780		
			M5: Standard weiterleiten - Dialekt weiterleiten	0,2260	M6: Standard weiterleiten - Dialekt weiterleiten	0,5210

Abbildung 39: Adjektivpaare ohne signifikanten Ergebnissen (Adaption 4-6)

Nachstehend werden die bereits oben angeführten Effektstärken zusammenfassend dargestellt:

		T	df	Effektstärke
Adaption 1 – PR	Spr.1: Standard modern – Dialekt modern	-4,4190	108,0000	-0,4233
	Spr.1: Standard emotional – Dialekt emotional	2,9550	108,0000	0,2830
Adaption 2 – Transparenz	Spr.2: Standard modern – Dialekt modern	-2,8890	108,0000	-0,2767
	Spr.2: Standard emotional – Dialekt emotional	2,4280	108,0000	0,2326
	GZ2: Standard modern – Dialekt modern	-1,9810	108,0000	-0,1897
	M2: Standard weiterleiten. - Dialekt weiterleiten	2,4490	108,0000	0,2346
Adaption 3 – Skigebiete	GZ3: Standard modern – Dialekt modern	-3,2090	108,0000	-0,3074
	GZ3: Standard inhaltlich überzeugend - Dialekt inhaltlich überzeugend	-2,6020	108,0000	-0,2492
Adaption 4 – Kaufhaus Österreich	M4: Standard weiterleiten. - Dialekt weiterleiten.	2,2370	108,0000	0,2143
Adaption 5 – Abschlussarbeit	Spr5: Standard modern – Dialekt modern	-3,2320	108,0000	-0,3096
Adaption 6 – Wohnung	M6: Standard kommentieren - Dialekt kommentieren	-2,0450	108,0000	-0,1959

Abbildung 40: Effektstärken

Die Abbildung 40 zeigt, dass ausschließlich kleine Effektstärken aufgetreten sind. Einen mittleren und großen Effekt gibt es bei den vorgenommenen t-Tests. Es ist zu sehen, dass sowohl positive als auch negative d_z-Werte vorhanden sind.

7.2 Semantisches Differential

Nachstehend werden die semantischen Differentiale der sechs Image Macro-Adaptionen in Bezug auf die Sprache der Memes, das Meme als Ganzes und der memetischen Funktionen aggregiert dargestellt. Welche Ergebnisse davon signifikant sind, wurde bereits in Kapitel 7.1 gepaarter t-Test geklärt.

Die Adjektivpaare stellen die y-Achse dar und werden links und rechts in der Grafik platziert. Die x-Achse stellt die Bewertungen der Image Macro-Adaptionen mit Textbestandteilen im Standard und Dialekt anhand einer fünf-stufigen Skala dar.

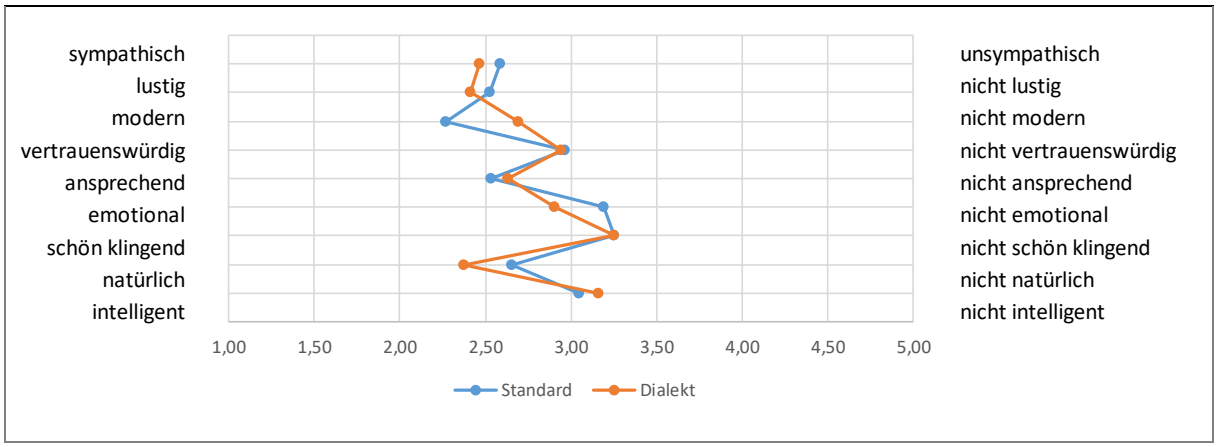

Abbildung 41: semantisches Differential – Sprache des Memes (n = 219)

Abbildung 41 zeigt das semantische Differential der sechs Image Macro-Adaptionen in Bezug auf die Sprache der Memes. Es ist zu sehen, dass bei den Adjektivpaaren „sympathisch / nicht sympathisch“ und „lustig / nicht lustig“ ein geringer Unterschied zwischen dem Standard und Dialekt wahrnehmbar ist. Der Dialekt wurde als etwas sympathischer und lustiger empfunden. Ein deutlicher Unterschied ist bei der Modernität zu sehen, hier schneidet der Standard besser ab. Sehr ähnliche Ergebnisse sind bei den Adjektivpaaren „vertrauenswürdig / nicht vertrauenswürdig“ und „ansprechend / nicht ansprechend“ zu sehen. Einen größerer Unterschied gibt es bei den Adjektivpaaren „emotional / nicht emotional“ und „natürlich / nicht natürlich“, denn hier wird der Dialekt emotionaler und natürlicher bewertet. Keinen Unterschied gibt es beim Adjektivpaar „schön klingend / nicht schön klingend“. Das Adjektivpaar „intelligent / nicht intelligent“ weist bei den Ergebnissen einen geringen Unterschied auf, da der Standard als intelligenter wahrgenommen wird. Weiters lässt sich aus der Abbildung ablesen, dass das Adjektivpaar „modern / nicht modern“ (2,27) in den Image Macro-Adaptionen im Standard sowie das Adjektivpaar „natürlich / unnatürlich“ (2,37) in den Image Macro-Adaptionen im Dialekt am positivsten beurteilt wurden. Die schlechteste Beurteilung bekamen das Adjektivpaar „schön klingend / nicht schön klingend“ (beide 3,25) in den Image Macro-Adaptionen im Standard und im Dialekt, dicht gefolgt vom Adjektivpaar „emotional / nicht emotional“ (3,19) in den Image Macro-Adaptionen im Standard.

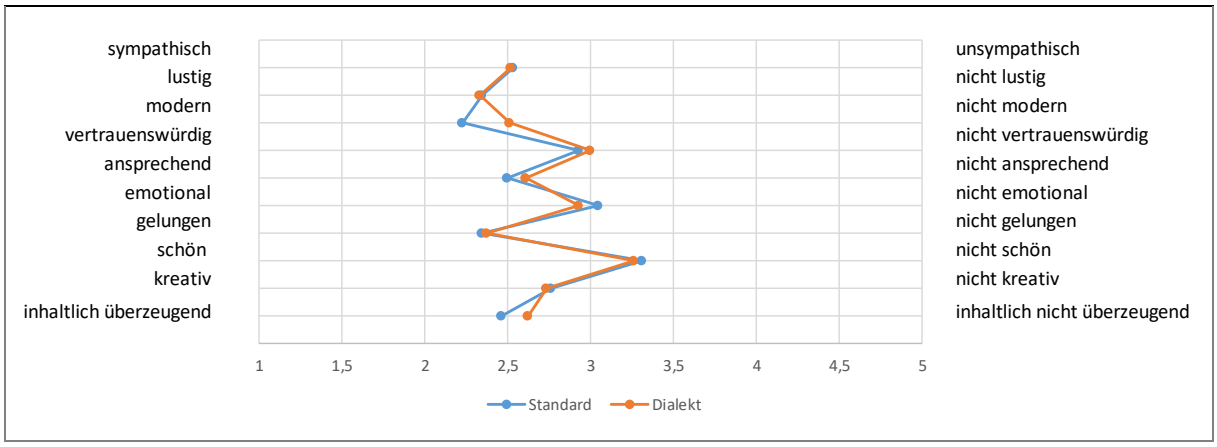

Abbildung 42: semantisches Differential – Meme als Ganzes (n = 219)

Abbildung 42 zeigt das semantische Differential der sechs Image Macro-Adaptionen in Bezug auf die holistische Betrachtungsweise. Kein Unterschied kann bei den Adjektivpaaren „sympathisch / nicht sympathisch“, „lustig / nicht lustig“, „gelungen / nicht gelungen“, „schön / nicht schön“ sowie „kreativ / nicht kreativ“ zwischen der Bewertung der Image Macro-Adaptionen im Standard und Dialekt wahrgenommen werden. Die Modernität sowie die inhaltliche Überzeugungskraft zeichnen sich deutlich ab, der Standard wird als moderner und inhaltlich überzeugender betrachtet als der Dialekt. Ein geringer Unterschied ist bei den Adjektivpaaren „vertrauenswürdig / nicht vertrauenswürdig“, „ansprechend / nicht ansprechend“ und „emotional / nicht emotional“ zu sehen. Der Dialekt wird als weniger vertrauenswürdig und weniger ansprechend, jedoch als emotionaler wahrgenommen. Die Abbildung zeigt zudem, dass das Adjektivpaar „schön / nicht schön“ am negativsten beurteilt wurde, der Standard hat den Mittelwert 3,31 und der Dialekt wurde mit 3,26 durchschnittlich bewertet. Die positivste Bewertung bekam das Adjektivpaar „modern / nicht modern“ im Standard mit dem Mittelwert von 2,22.

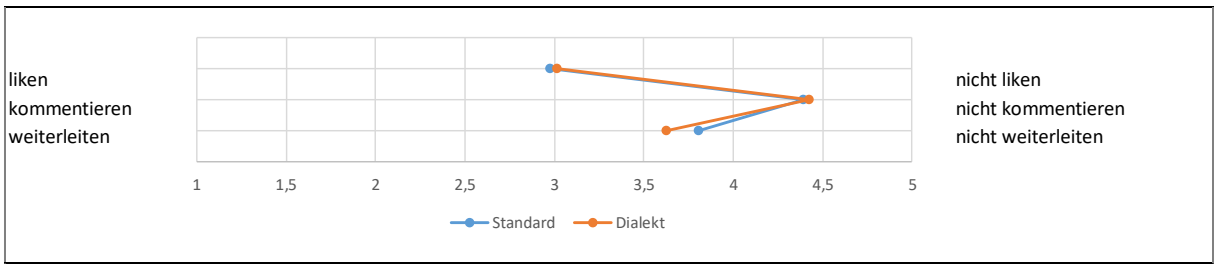

Abbildung 43: semantisches Differential – memetische Funktionen (n = 219)

Abbildung 43 zeigt das semantische Differential der sechs Image Macro-Adaptionen in Bezug auf die memetischen Funktionen. Es ist zu sehen, dass kaum ein Unterschied zwischen den Adjektivpaaren „liken / nicht liken“ sowie „kommentieren / nicht kommentieren“ besteht. Ein Unterschied zeigt sich beim Adjektivpaar „weiterleiten / nicht weiterleiten“, hier werden die Image Macro-Adaptionen im Dialekt positiver wahrgenommen. Weiters lässt sich ablesen, dass die ProbandInnen eher dazu tendieren, die Image Macro-Adaptionen zu liken, anstatt sie zu kommentieren oder zu weiterzuleiten. Es ist ebenso ersichtlich, dass die memetische Funktion „kommentieren / nicht kommentieren“ bei Image Macro-Adaptionen im Dialekt die negativste Bewertung bekam.

Weiters wurden zwei semantische Differenziale bezüglich der politischen Orientierung der ProbandInnen angefertigt.

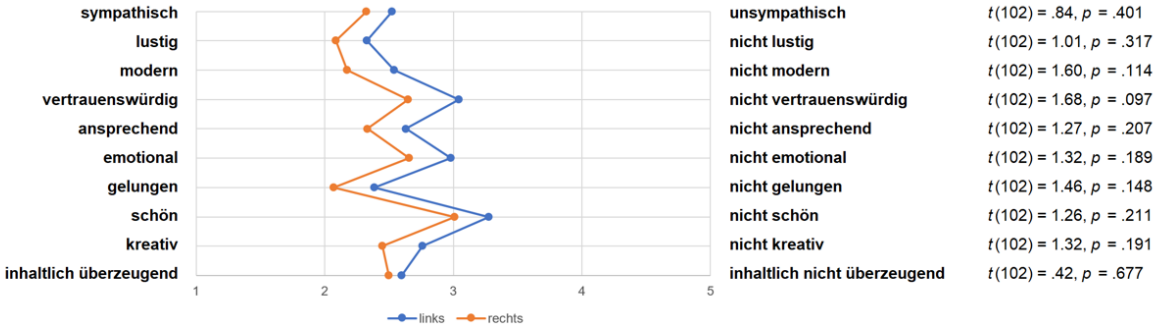

Abbildung 44: politische Orientierung und Bewertung der Image Macro-Adaptionen im Dialekt

Abbildung 44 zeigt die politische Orientierung der ProbandInnen und die aggregierten Bewertungen der Image Macro-Adaptionen im Dialekt. Anhand der aufgelisteten p-Werte wird deutlich, dass es keinen signifikanten Zusammenhang gibt. Das bedeutet, dass die politische Orientierung keinen Einfluss auf die Bewertung der Image Macro-Adaptionen im Dialekt hatte.

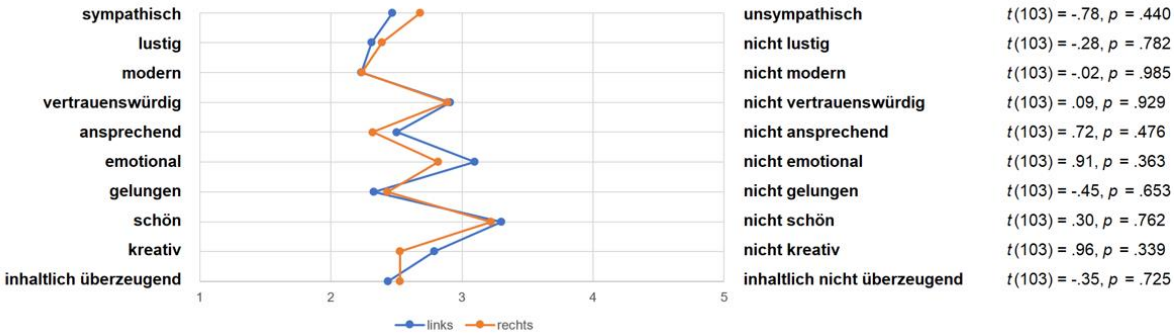

Abbildung 45: politische Orientierung und Bewertung der Image Macro-Adaptionen im Standard

Abbildung 45 bezieht sich auf die politische Orientierung der ProbandInnen und die aggregierten Bewertungen der Image Macro-Adaptionen im Standard. Ebenso wie im Dialekt gibt es auch im Standard keinen signifikanten Zusammenhang. Daher hatte die politische Orientierung der ProbandInnen auch bei den Bewertungen der Image Macro-Adaptionen im Standard keinen Einfluss.

7.3 Korrelationen

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der durchgeführten Korrelationsanalysen dargestellt.

		Dialekt-kompetenz	Dialekt gesamt	Dialekt Punkte Sprache	Dialekt Punkte Ganzes	Dialekt Punkte memetische Funktionen
Dialekt-kompetenz	Pearson-Korrelation	1	-0,103	-0,092	-0,106	-0,080
	Sig. (2-seitig)		0,287	0,341	0,273	0,408
	N	109	109	109	109	109
Dialekt gesamt	Pearson-Korrelation	-0,103	1	,958**	,977**	,780**
	Sig. (2-seitig)	0,287		0,000	0,000	0,000
	N	109	109	109	109	109
Dialekt Punkte Sprache	Pearson-Korrelation	-0,092	,958**	1	,904**	,642**
	Sig. (2-seitig)	0,341	0,000		0,000	0,000
	N	109	109	109	109	109
Dialekt Punkte Ganzes	Pearson-Korrelation	-0,106	,977**	,904**	1	,713**
	Sig. (2-seitig)	0,273	0,000	0,000		0,000
	N	109	109	109	109	109
Dialekt Punkte memetische Funktionen	Pearson-Korrelation	-0,080	,780**	,642**	,713**	1
	Sig. (2-seitig)	0,408	0,000	0,000	0,000	
	N	109	109	109	109	109

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Abbildung 46: Korrelation – Image Macro-Adaptionen Dialekt & Dialektkompetenz

Werden die Bewertungen der drei Kategorien (Sprache, Meme als Ganzes und memetische Funktionen) der Image Macro-Adaptionen im Dialekt zusammen betrachtet und im Vergleich zu der Dialektkompetenz (Index aus „Dialekt sprechen“ und „Dialekt verstehen“) gesetzt, so lässt sich in Abbildung 46 erkennen, dass eine nicht signifikante schwache negative Korrelation mit r = -0,103 besteht. Aus diesem Grund kann nicht angenommen werden, dass bei Vorhandensein einer höheren Dialektkompetenz, eine geringe Bewertung der Image Macro-Adaptionen im Dialekt in den drei Kategorien vorgenommen wurde. Eine niedrigere Bepunktung stellt eine

positivere Einstellung zu den drei Kategorien dar. Da jedoch die Korrelation nicht signifikant ist, kann nicht davon ausgegangen werden, dass ProbandInnen, die besser Dialekt sprechen und verstehen, die Image Macro-Adaptionen im Dialekt auch sprachlich und holistisch positiver (z.B. sympathischer, lustiger, ...) bewerten und diese auch eher weiterleiten, kommentieren sowie liken würden.

Eine signifikante Korrelation besteht zwischen den drei Kategorien (Sprache, Meme als Ganzes und memetische Funktionen). Zwischen der Sprache und dem Meme als Ganzes besteht eine starke positive Korrelation (r = 0,904), das bedeutet, dass bei einer positiven Bewertung der Sprache der Memes das Meme als Ganzes ebenso positiv bewertet wurde. Wurde die Sprache der Memes negativ bewertet, so wurde das Meme als Ganzes negativ bewertet. Der gleiche Fall tritt ein, wenn das Meme als Ganzes positiv bewertet wurde, so wurde auch die Sprache des Memes positiv bewertet. Auch zwischen den memetischen Funktionen und der Sprache des Memes bzw. den memetischen Funktionen und dem Meme als Ganzes ist eine positive Korrelation (r = 0,642 bzw. 0,713) vorhanden. Das bedeutet, dass ProbandInnen die Image Macro-Adaptionen eher weiterleiten / kommentieren / liken, wenn sie die Sprache des Memes bzw. das Meme als Ganzes positiv wahrnehmen.

		Dialekt-kompetenz	Standard gesamt	Standard Punkte Sprache	Standard Punkte Ganzes	Standard Punkte memetische Funktionen
Dialekt-kompetenz	Pearson-Korrelation	1	0,124	0,100	0,096	,193*
	Sig. (2-seitig)		0,197	0,296	0,317	0,043
	N	110	110	110	110	110
Standard gesamt	Pearson-Korrelation	0,124	1	,960**	,971**	,749**
	Sig. (2-seitig)	0,197		0,000	0,000	0,000
	N	110	110	110	110	110
Standard Punkte Sprache	Pearson-Korrelation	0,100	,960**	1	,908**	,620**
	Sig. (2-seitig)	0,296	0,000		0,000	0,000
	N	110	110	110	110	110
Standard Punkte Ganzes	Pearson-Korrelation	0,096	,971**	,908**	1	,636**
	Sig. (2-seitig)	0,317	0,000	0,000		0,000
	N	110	110	110	110	110
ST Punkte memetische Funktionen	Pearson-Korrelation	,193*	,749**	,620**	,636**	1
	Sig. (2-seitig)	0,043	0,000	0,000	0,000	
	N	110	110	110	110	110

*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Abbildung 47: Korrelationen – Image Macro-Adaptionen Standard

Nachdem die Korrelationen der Image Macro-Adaptionen im Dialekt betrachtet wurden, folgt die Veranschaulichung der Korrelationen der Image Macro-Adaptionen im Standard. Auch hier zeigt sich, dass keine signifikante Korrelation zwischen der Dialektkompetenz und den Bewertungen der drei Kategorien (Sprache, Meme als Ganzes und memetische Funktionen) besteht. Dementsprechend darf nicht angenommen werden, dass eine höhere Dialektkompetenz zu einer höheren Bewertung in den drei Kategorien führt. Es kann deshalb nicht davon ausgegangen werden, dass Personen, die besser Dialekt sprechen und verstehen, die Image Macro-Adaptionen im Standard auch sprachlich und holistisch negativer (z.B. unsympathischer, nicht lustig, ...) bewerten und diese eher nicht weiterleiten, kommentieren und liken würden.

Eine signifikante Korrelation zeigt sich – wie auch zuvor beim Dialekt – zwischen den drei Kategorien (Sprache, Meme als Ganzes und memetische Funktionen). Es ist wieder eine starke positive Korrelation (r = 0,908) zwischen der Sprache und dem Meme als Ganzes vorhanden, wodurch anzunehmen ist, dass die Sprache der Memes ebenfalls positiv bewertet wird, wenn das Meme als Ganzes positiv bewertet wird und vice versa. Ein ähnliches Ergebnis wird zwischen den memetischen Funktionen und der Sprache des Memes bzw. den memetischen Funktionen und dem Meme als Ganzes mit der positiven Korrelation (r = 0,620 bzw. 0,636) erzielt. Das bedeutet, dass Personen die Image Macro-Adaptionen eher weiterleiten / kommentieren / liken, wenn sie die Sprache des Memes bzw. das Meme als Ganzes positiv wahrnehmen.

		Partei	lustig
Partei	Pearson-Korrelation	1	-,127
	Sig. (2-seitig)		0,077
	N	194	194
lustig	Pearson-Korrelation	-,127	1
	Sig. (2-seitig)	0,077	
	N	194	194

Abbildung 48: Korrelation – Partei & lustig (Meme als Ganzes)

In Abbildung 48 ist zu erkennen, dass es keine signifikante negative Korrelation zwischen der gewählten Partei und dem Item „lustig“ gibt, da der Korrelationswert r = 0,077 beträgt. Deshalb kann nicht angenommen werden, dass ProbandInnen,

welche die Image Macro-Adaptionen mit weniger Punkten bewertet haben und somit die Image Macro-Adaptionen holistisch betrachtet als lustiger ansehen, bei der Partei mehr Punkte (in diesem Fall 2) vergeben haben. Die Zahl 1 steht dabei für die ÖVP und die Zahl 2 für jede andere Partei. Es kann deshalb keine Aussage dazu getroffen werden, ob ProbandInnen, welche die ÖVP wählen, eher dazu tendieren, die Image Macro-Adaptionen als weniger lustig zu empfinden.

		lustig	inhaltliche .Anspielung
lustig	Pearson-Korrelation	1	-,135*
	Sig. (2-seitig)		0,046
	N	219	219
inhaltliche Anspielung	Pearson-Korrelation	-,135*	1
	Sig. (2-seitig)	0,046	
	N	219	219

*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

Abbildung 49: Korrelation – lustig (Meme als Ganzes) & inhaltliche Anspielung

Abbildung 49 zeigt eine signifikante Korrelation zwischen dem Verständnis der inhaltlichen Anspielung der Image Macro-Adaptionen und dem Item „lustig“. Die Korrelation ist schwach (r = 0,135) und negativ. Daraus ergibt sich, dass ProbandInnen, die das Meme holistisch betrachtet mit weniger Punkten bewertet haben und dadurch als lustiger ansehen, mehr Punkte bei der inhaltlichen Anspielung vergeben haben und somit weniger inhaltliche Anspielungen verstanden haben. Es kann deshalb angenommen werden, dass ProbandInnen, welche die inhaltlichen Anspielungen der Image Macro-Adaptionen nicht verstanden haben, diese als lustiger empfinden als ProbandInnen, die das Wissen zum Kontext der Image Macro-Adaption haben.

		vertrauenswürdig	Partei
vertrauenswürdig	Pearson-Korrelation	1	-,133
	Sig. (2-seitig)		0,065
	N	194	194
Partei	Pearson-Korrelation	-,133	1
	Sig. (2-seitig)	0,065	
	N	194	194

Abbildung 50: Korrelation – vertrauenswürdig (Meme als Ganzes) & Partei

In Abbildung 50 ist die nicht signifikante negative Korrelation zwischen dem Item „vertrauenswürdig“ und der gewählten Partei zu sehen. Für diese Korrelationsanalyse wurden 25 ProbandInnen ausgeschlossen, da sie keine Partei gewählt haben bzw. nicht wahlberechtigt waren. Es kann also nicht davon ausgegangen werden, dass je weniger Punkte die ProbandInnen vergeben haben, desto höher die Bewertung bei der Partei (Zahl 1 = ÖVP und Zahl 2 = andere Parteien) ausgefallen ist. Die Annahme, dass ProbandInnen, welche die Image Macro-Adaptionen holistisch als vertrauenswürdiger wahrgenommen haben, eher andere Parteien gewählt haben, ist somit falsch.

		politische Informationen in sozialen Netzwerken liken	memetische Funktion liken - Standard
politische Informationen in sozialen Netzwerken liken	Pearson-Korrelation	1	-,361**
	Sig. (2-seitig)		<,001
	N	110	110
memetische Funktion liken - Standard	Pearson-Korrelation	-,361**	1
	Sig. (2-seitig)	<,001	
	N	110	110

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Abbildung 51: Korrelation – politische Informationen in sozialen Netzwerken liken & memetische Funktion liken (Standard)

Abbildung 51 zeigt, die signifikante Korrelation bezüglich dem Liken von politischen Informationen in sozialen Netzwerken und dem Liken der gezeigten Image Macro-Adaptionen mit Textbestandteilen im Standard besteht. Die Korrelation ist schwach und negativ (r = -0,361). Ähnliche Ergebnisse werden beim Dialekt festgestellt.

		politische Informationen in sozialen Netzwerken liken	memetische Funktion liken - Dialekt
politische Informationen in sozialen Netzwerken liken	Pearson-Korrelation	1	-,454**
	Sig. (2-seitig)		<,001
	N	109	109
memetische Funktion liken - Dialekt	Pearson-Korrelation	-,454**	1
	Sig. (2-seitig)	<,001	
	N	109	109

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Abbildung 52: Korrelation – politische Informationen in sozialen Netzwerken liken & memetische Funktion liken (Dialekt)

Abbildung 52 stellt die signifikante mittlere negative Korrelation (r = -0,454) bezüglich dem Liken von politischen Informationen in sozialen Netzwerken und dem Liken der gezeigten Image Macro-Adaptionen mit Textbestandteilen im Dialekt dar. Es gibt einen etwas stärkeren Zusammenhang beim Dialekt. ProbandInnen, die den Image Macro-Adaptionen eine höhere Bewertung gaben und diese somit eher nicht liken würden, haben eine niedrigere Bewertung beim Liken von politischen Informationen in sozialen Netzwerken abgegeben. Dies bedeutet, dass ProbandInnen, die die Image Macro-Adaption eher nicht liken würden, seltener politische Informationen in sozialen Netzwerken geliked haben.

		politische Informationen in sozialen Netzwerken teilen	memetische Funktion teilen – Standard
politische Informationen in sozialen Netzwerken teilen	Pearson-Korrelation	1	-,280**
	Sig. (2-seitig)		0,003
	N	110	110
memetische Funktion teilen - Standard	Pearson-Korrelation	-,280**	1
	Sig. (2-seitig)	0,003	
	N	110	110

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Abbildung 53: Korrelation – politische Informationen in sozialen Netzwerken teilen & memetische Funktion teilen (Standard)

In Abbildung 53 ist ersichtlich, dass eine signifikante Korrelation bezüglich dem Teilen von politischen Informationen in sozialen Netzwerken und dem Teilen der gezeigten Image Macro-Adaptionen mit Textbestandteilen im Standard besteht. Die Korrelation ist schwach und negativ (r = -0,280).

		politische Informationen in sozialen Netzwerken teilen	memetische Funktion teilen - Dialekt
politische Informationen in sozialen Netzwerken teilen	Pearson-Korrelation	1	-,351**
	Sig. (2-seitig)		<0,001
	N	109	109
memetische Funktion teilen - Dialekt	Pearson-Korrelation	-,351**	1
	Sig. (2-seitig)	<0,001	
	N	109	109

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Abbildung 54: Korrelation – politische Informationen in sozialen Netzwerken teilen & memetische Funktion teilen (Dialekt)

Abbildung 54 bezieht sich auf den Dialekt und zeigt eine signifikante mittlere negative Korrelation (r = -0,351) bezüglich dem Teilen von politischen Informationen in sozialen Netzwerken und dem Teilen der gezeigten Image Macro-Adaptionen. Die Ergebnisse sind ähnlich zur memetischen Funktion „liken“, denn auch hier zeigt sich, dass Personen, die das Meme eher nicht teilen würden, seltener politische Informationen in sozialen Netzwerken geteilt haben.

		digitale Partizipation	Sprache des Memes
digitale Partizipation	Pearson-Korrelation	1	-,220**
	Sig. (2-seitig)		0,001
	N	219	219
Sprache des Memes	Pearson-Korrelation	-,220**	1
	Sig. (2-seitig)	0,001	
	N	219	219

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Abbildung 55: Korrelation – Sprache des Meme & digitale Partizipation

Abbildung 55 zeigt eine signifikante schwache negative Korrelation (r = -0,220) zwischen den Bewertungen der Sprache des Memes und der digitalen Partizipation der ProbandInnen. Für die Bewertung der Sprache des Memes wurden alle Bewertungen der Adjektivpaare zur Sprache des Memes in einem Index zusammengefasst. Selbiges gilt für die Bewertung der digitalen Partizipation. Je geringer die Bewertung der Sprache des Memes ausfiel, desto höher war die Bewertung der digitalen Partizipation. Das bedeutet, dass Personen, die die Sprache der Image Macro-Adaptionen positiver bewertet haben, häufiger an digitalen politischen Aktivitäten, wie beispielsweise das Unterschreiben einer Online-Petition, teilgenommen haben.

		digitale Partizipation	Meme als Ganzes
digitale Partizipation	Pearson-Korrelation	1	-,258**
	Sig. (2-seitig)		<,001
	N	219	219
Meme als Ganzes	Pearson-Korrelation	-,258**	1
	Sig. (2-seitig)	<,001	
	N	219	219

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Abbildung 56: Korrelation – Meme als Ganzes & digitale Partizipation

Abbildung 56 stellt die signifikante negative schwache Korrelation (r = -0,258) zwischen den Bewertungen des Memes als Ganzes und der digitalen Partizipation der ProbandInnen dar. Auch hier wurden die Bewertungen für die holistische Betrachtungsweise als Index zusammengefasst. Je geringer die Bewertung des Memes als Ganzes ausfiel, desto höher war die Bewertung der digitalen Partizipation. Das bedeutet, dass Personen, die Image Macro-Adaptionen positiv bewertet haben, häufiger an digitalen politischen Aktivitäten teilgenommen haben.

		memetische Funktionen)	digitale Partizipation
memetische Funktionen	Pearson-Korrelation	1	-,374**
	Sig. (2-seitig)		<,001
	N	219	219
digitale Partizipation	Pearson-Korrelation	-,374**	1
	Sig. (2-seitig)	<,001	
	N	219	219

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Abbildung 57: Korrelation – memetische Funktionen & digitale Partizipation

Abbildung 57 zeigt eine signifikante negative schwache Korrelation (r = -0,374) zwischen den Bewertungen der memetischen Funktionen und der digitalen Partizipation der ProbandInnen. Je geringer die Bewertung der memetischen Funktionen ausfiel, desto höher war die Bewertung der digitalen Partizipation. Das bedeutet, dass Personen, die Image Macro-Adaptionen eher liken / kommentieren / weiterleiten würden, häufiger an digitalen politischen Aktivitäten, wie beispielsweise das Unterschreiben einer Online-Petition, teilgenommen haben.

Tabelle 7: Korrelation – Nutzung sozialer Medien & Meme-Bewertungen (aggregiert)

		sympathisch / unsympathisch	lustig / nicht lustig	modern / nicht modern	vertrauenswürdig / nicht vertrauens-würdig	ansprechend / nicht ansprechend	emotional / nicht emotional	gelungen / nicht gelungen	schön / nicht schön	kreativ / nicht kreativ	inhaltlich überzeugend / inhaltlich nicht überzeugend
Nutzung sozialer Medien (Dialekt)	*r*	-.107	-.130	-.074	-.072	-.08	.061	-.142	-.004	-.099	-.142
	p	.279	.187	.453	.470	.275	.538	.152	.966	.319	.150
Nutzung sozialer Medien (Standard)	*r*	**-.331****	**-.286****	**-,288****	**-,373*****	**-,300****	,159	**-,298****	**-,202***	**-,227***	**-,289****
	p	**.001**	**.003**	**.003**	**.000**	**.002**	.106	**.002**	**.039**	**.020**	**.003**

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Tabelle 7 zeigt die Korrelation zwischen der Nutzung sozialer Medien und der aggregierten Meme-Bewertungen. Es ist ersichtlich, dass bei den Image Macro-Adaptionen im Dialekt keine signifikanten Ergebnisse vorhanden sind. Bei den Image Macro-Adaptionen im Standard gibt es signifikante Ergebnisse bei den Adjektivpaaren „sympathisch / unsympathisch“, „lustig / nicht lustig“, „modern / nicht modern“, „vertrauenswürdig / nicht vertrauenswürdig“, „ansprechend / nicht ansprechend“, „gelungen / nicht gelungen“, „schön / nicht schön“, „kreativ / nicht kreativ“ sowie „inhaltlich überzeugend / inhaltlich nicht überzeugend“. Je niedriger die Intensität der Social-Media-Nutzung ausfiel, desto höher war die Bewertung der Adjektivpaare. Das zeigt, dass ProbandInnen, welche die sozialen Medien seltener nutzen, die Memes auch tendenziell negativer beurteilen.

Tabelle 8: Korrelation – politisches Interesse & Meme-Bewertungen (aggregiert)

		sympathisch / unsympathisch	lustig / nicht lustig	modern / nicht modern	vertrauenswürdig / nicht vertrauens-würdig	ansprechend / nicht ansprechend	emotional / nicht emotional	gelungen / nicht gelungen	schön / nicht schön	kreativ / nicht kreativ	inhaltlich überzeugend / inhaltlich nicht überzeugend
Politisches Interesse (Dialekt)	*r*	-.131	-.192	-.035	**-.216***	**-.276****	.032	**-.298****	**-.208***	-.122	**-.312****
	p	.186	.051	.724	**.027**	**.005**	.749	**.002**	**.034**	.217	**.001**
Politisches Interesse (Standard)	*r*	-.040	-.022	-.011	-.131	-.036	.051	0.47	-.044	.023	-,127
	p	.683	.826	.909	.184	.713	.602	.636	.658	.813	.195

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Tabelle 8 visualisiert die Korrelation zwischen dem politischen Interesse der ProbandInnen und den aggregierten Meme-Bewertungen. Es konnten insgesamt fünf

signifikante Zusammenhänge bei den Image Macro-Adaptionen im Dialekt bezüglich der Adjektivpaare „vertrauenswürdig / nicht vertrauenswürdig“, „ansprechend / nicht ansprechend“, „gelungen / nicht gelungen“, „schön / nicht schön“ und „inhaltlich überzeugend / inhaltlich nicht überzeugend“ herausgefunden werden. Bei den Image Macro-Adaptionen im Standard gab es keine signifikanten Ergebnisse. ProbandInnen, die ein geringes Interesse an der Politik haben, haben die Image Macro-Adaptionen tendenziell höher und somit negativer beurteilt.

Tabelle 9: Korrelation – politische Online-Partizipation & Meme-Bewertungen (aggregiert)

		sympathisch / unsympathisch	lustig / nicht lustig	modern / nicht modern	vertrauenswürdig / nicht vertrauens-würdig	ansprechend / nicht ansprechend	emotional / nicht emotional	gelungen / nicht gelungen	schön / nicht schön	kreativ / nicht kreativ	inhaltlich überzeugend / inhaltlich nicht überzeugend
Politische Online-Partizipation (Dialekt)	*r*	**-.235***	**-.246***	-.093	-.188	**-.284****	.015	**-.289****	-.175	**-.225***	**-.279***
	p	**.017**	**.012**	.346	.056	**.003**	.878	**.003**	.075	**.022**	**.004**
Politische Online-Partizipation (Standard)	*r*	**-.389*****	**-.265****	**-.264****	**-.348*****	**-.321****	.035	**-.285****	**-.270****	**.235***	**-,373*****
	p	**.000**	**.006**	**.007**	**.000**	**.001**	.722	**.003**	**.005**	**.016**	**.000**

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Tabelle 9 zeigt, dass Zusammenhänge zwischen der politischen Online-Partizipation und den aggregierten Meme-Bewertungen bestehen. Es konnten signifikante Ergebnisse sowohl beim Dialekt („sympathisch / unsympathisch“, „lustig / nicht lustig“, „ansprechend / nicht ansprechend“, „gelungen / nicht gelungen“, „kreativ / nicht kreativ“ und „inhaltlich überzeugend / inhaltlich nicht überzeugend“) als auch beim Standard („sympathisch / unsympathisch“, „lustig / nicht lustig“, „modern / nicht modern“, „vertrauenswürdig / nicht vertrauenswürdig“, „ansprechend / nicht ansprechend“, „gelungen / nicht gelungen“, „schön / nicht schön“, „kreativ / nicht kreativ“ und „inhaltlich überzeugend / inhaltlich nicht überzeugend“) erzielt werden. Probandinnen, die selten an digitalen politischen Aktivitäten teilgenommen haben, haben die Image Macro-Adaptionen tendenziell negativer beurteilt.

Tabelle 10: keine Korrelation – politische Offline-Partizipation & Meme-Bewertungen (aggregiert)

		sympathisch / unsympathisch	lustig / nicht lustig	modern / nicht modern	vertrauenswürdig / nicht vertrauens-würdig	ansprechend / nicht ansprechend	emotional / nicht emotional	gelungen / nicht gelungen	schön / nicht schön	kreativ / nicht kreativ	inhaltlich überzeugend / inhaltlich nicht überzeugend
Politische Offline-Partizipation (Dialekt)	*r*	-.077	-.064	.038	.007	-.053	.107	-.104	-.104	-.015	-.085
	p	.437	.521	.698	.945	.595	.278	.291	.292	.880	.391
Politische Offline-Partizipation (Standard)	*r*	-.137	-.132	-.081	-.122	-.071	.012	-.125	-.079	-.096	-,169
	p	.163	.179	.409	.214	.469	.905	.204	.420	.329	.085
* p < .05, ** p < .01, *** p < .001											

Tabelle 10 veranschaulicht, dass keine signifikante Korrelation zwischen politischen Offline-Partizipation und den aggregierten Meme-Bewertungen besteht. Deshalb kann kein Rückschluss gezogen werden, ob die Teilnahme an traditionellen politischen Aktivitäten, wie beispielsweise die Teilnahme an einer Demonstration, eine Auswirkung auf die Bewertung der Memes haben.

8 Diskussion der Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die eben genannten Ergebnisse diskutiert. Auffällig ist, dass diese Studie deutlich weniger signifikante Ergebnisse erzielte als die Untersuchung von Soukup (2009) und nicht zu der Schlussfolgerung kam, dass der Dialekt von Studierenden in Österreich als natürlicher, humorvoller und sympathischer empfunden wird. Das Adjektivpaar „modern / nicht modern“ kam bei Soukups Studie so dezidiert nicht vor, sie verwendete die Begriffe „konservativ / aufgeschlossen“, doch auch diese nahmen keine bedeutende Rolle ein. In dieser Studie erzielte das Adjektivpaar „modern / nicht modern“ jedoch insgesamt fünf signifikante Ergebnisse und zeigt, dass der Standard als moderner eingestuft wird. Gleiche Ergebnisse zu Soukups Studie konnten lediglich beim Adjektivpaar „emotional / nicht emotional“ erzielt werden. Hier decken sich die Ergebnisse, denn der Dialekt wird in beiden Untersuchungen als emotionaler eingestuft.

Die unterschiedlichen Ergebnisse könnten damit erklären werden, dass Soukup den ProbandInnen in ihrer Untersuchung immer beide Varianten (sowohl Standard als auch Dialekt) vorgelegt hat, wodurch die ProbandInnen einen unmittelbaren Vergleich zwischen Standard und Dialekt hatten und dementsprechend bezüglich ihrer Bewertung beeinflusst waren. Da diese Gegenüberstellung möglich war, könnte dies dazu geführt haben, dass mehr signifikante Ergebnisse erzielt wurden. In dieser Untersuchung wurde der Vergleich zwischen Image Macro-Adaptionen im Standard und Dialekt nicht ermöglicht, da die ProbandInnen entweder Image Macro-Adaptionen mit Textbestandteilen im Dialekt oder Standard bekamen. Dementsprechend könnten die unterschiedlichen Ergebnisse auf die methodische Durchführungsweisen der zwei Studien zurückzuführen sein.

Interessant ist zudem, dass drei signifikante Ergebnisse bei den memetischen Funktionen erzielt wurden. Nachdem dies die erste Studie ist, die Spracheinstellungen anhand von Image Macro-Adaptionen untersucht, können keine Vergleichswerte herangezogen werden. Image Macro-Adaptionen im Dialekt wurden in dieser Studie eher weitergeleitet als die Standard-Adaption.

Nachdem insgesamt nur elf signifikante Ergebnisse vorliegen, lässt sich die erste Hypothese „Image Macro-Adaptionen, deren Sprachbestandteile im Standard

verfasst sind, evozieren eine positivere Wirkung und Wahrnehmung als Image Macro-Adaptionen, die im Dialekt beschrieben wurden“ weder bestätigen noch belegen. Von den elf signifikanten Ergebnissen sind sieben zugunsten des Standard (5 x moderner, 1 x inhaltlich überzeugender und 1 x eher kommentieren) und vier zugunsten des Dialekts (2 x emotionaler und 2 x eher weiterleiten). Untersuchungen wie von Schoel und Stahlberg (2012), Soukup (2009) und Goldgruber (2011) zeigen jedoch, dass der Dialekt und Standard sowohl positive als auch negative Zuschreibungen bekommen. Deshalb lässt sich nicht sagen, dass Image Macro-Adaptionen, deren Sprachbestandteile im Standard verfasst sind, eine positivere Wirkung und Wahrnehmung evozieren als Image Macro-Adaptionen, die im Dialekt beschrieben wurden. Es muss eine differenzierte Betrachtungsweise erfolgen und je nach Kontext beurteilt werden.

Ein weiterer wichtiger und nicht wegzudenkender Aspekt ist die Auswahl des Samples. In dieser Studie wurde ausschließlich auf Studierende der Universität Wien und Salzburg zurückgegriffen, wobei weibliche Personen, die sich zudem hauptsächlich im linken Parteispektrum verorten, den Großteil der ProbandInnen ausmachten. Dies bringt einerseits den Vorteil ein gut vergleichbares Sample zu haben, auf der anderen Seite muss jedoch betont werden, dass die Ergebnisse dieser Studie genau aufgrund des kleinen, eng definierten Samples nicht darüber hinaus generalisiert werden dürfen. Eine Auslegung der Ergebnisse dieser Studie auf die gesamte Bevölkerung Österreichs wäre nicht angemessen.

Die Ergebnisse zeigen auch, dass die politische Orientierung der ProbandInnen keine Auswirkungen auf die Bewertungen der Image Macro-Adaptionen im Dialekt und Standard hatten. Dies könnte unerwartet wirken, da ÖVP nahe Personen konservativer sind und eher im ländlichen Raum wohnen, wo Dialekt einen hohen Stellenwert hat. Dass die Annahme „ProbandInnen, die der ÖVP näherstehen, bewerten tendenziell alle Image Macro-Adaptionen positiver als jene, die eine andere Partei wählen“ falsch ist, zeigen jedoch zwei durchgeführte Korrelationsanalysen. Die erste Korrelationsanalyse beschäftigt sich mit der gewählten Partei und dem Adjektivpaar „lustig / nicht lustig“. Das Ergebnis macht deutlich, dass aufgrund von fehlenden signifikanten Werten keine Aussage dazu getroffen werden kann, ob ProbandInnen, welche die ÖVP wählen eher dazu tendieren die Image Macro-Adaptionen weniger lustig zu empfinden. Deshalb muss die zweite Hypothese

„Studierende, welche die ÖVP wählen, nehmen Image Macro-Adaptionen als weniger lustig wahr als Studierende, die eine andere Partei gewählt haben“ falsifiziert werden. Dass die politische Orientierung der ProbandInnen keine Auswirkung auf Bewertungen der Image Macro-Adaptionen hat, zeigt auch die zweite nicht signifikante Korrelationsanalyse zwischen dem Item „vertrauenswürdig“ und der gewählten Partei. Denn auch hier kann die Annahme, dass ProbandInnen, welche die Memes holistisch als vertrauenswürdiger wahrgenommen haben, eher andere Parteien gewählt haben, nicht getroffen werden.

Weniger überraschend dürfte die Erkenntnis sein, dass eine positive Korrelation zwischen den memetischen Funktionen sowohl bei Image Macro-Adaptionen im Dialekt als auch Standard besteht. Wenn einem/einer ProbandIn eine Image Macro-Adaption gefällt und er/sie diese liked, so wird die Adaption auch eher kommentiert und weitergeleitet werden. Weiters ergab sich eine negative Korrelation bezüglich dem Liken und Teilen von politischen Informationen in sozialen Netzwerken und dem Liken und Teilen der gezeigten Image Macro-Adaptionen im Dialekt und Standard. Auch dies ist leicht nachzuvollziehen, da ProbandInnen, welche generell selten politische Informationen liken und teilen, ihr Verhalten bei Image Macro-Adaptionen nicht verändern und somit diese ebenso nicht liken bzw. teilen.

Interessant erscheint das Ergebnis, dass keine Korrelation zwischen der Dialektkompetenz der ProbandInnen und den Bewertungen der Image Macro-Adaptionen besteht. So hätte vermutet werden können, dass Personen, die keinen Dialekt sprechen oder ihn nicht verstehen, die Image Macro-Adaptionen im Dialekt dementsprechend negativer bewertet können. Hierbei muss jedoch die sehr hohe Dialektkompetenz bei den untersuchten ProbandInnen beachtet werden. Deshalb muss die dritte Hypothese „Studierende mit geringer Dialektkompetenz bewerten die Image Macro-Adaptionen mit Sprachbestandteilen im Dialekt negativer als Studierende mit hoher Dialektkompetenz“ ebenfalls falsifiziert werden.

Einen weiteren wichtigen Aspekt stellt die signifikante Korrelation zwischen der inhaltlichen Anspielung der Image Macro-Adaptionen und dem Item „lustig“ dar. ProbandInnen, welche die inhaltlichen Anspielungen der Image Macro-Adaptionen nicht verstanden haben, finden diese lustiger als ProbandInnen, die über das Wissen zum Kontext der Image Macro-Adaption verfügen. Dies könnte daran liegen, dass

diese ProbandInnen die Auswirkung des thematisierten politischen Inhalts (beispielsweise die Verwendung von Steuergeldern für eine nicht funktionierende Plattform) nicht realisieren. Nachdem diese Begründung jedoch nur eine reine Annahme ist und keiner Evidenz unterliegt, müssten weitere Untersuchungen erfolgen.

Wird die Anzahl der verstandenen inhaltlichen Anspielungen der Image Macro-Adaptionen betrachtet, so wird deutlich, dass diese sehr gering ausgefallen sind. Der Großteil der ProbandInnen hat keine einzige oder nur eine der sechs Anspielungen verstanden. Dieses Ergebnis ist verwunderlich, da der Großteil der ProbandInnen angab, ein sehr starkes politisches Interesse zu haben. Deshalb könnte die Vermutung angestellt werden, dass die ProbandInnen entweder die Frage „Ist dir der inhaltliche Zusammenhang bekannt, auf den dieses Meme anspielt?“ falsch interpretiert haben oder, dass die ProbandInnen ein geringeres politisches Interesse haben als sie angegeben haben. Zweiteres könnte eher vermutet werden, da auch die Angaben zur traditionellen und digitalen politischen Partizipation dafür sprechen, dass Politik für die ProbandInnen nicht so eine wichtige Rolle spielt.

Ein weiteres Ergebnis stellt die negative Korrelation bezüglich der digitalen Partizipation und den Bewertungen der Image Macro-Adaptionen dar. In allen drei Kategorien (Sprache, Meme als Ganzes, memetische Funktionen) ist ersichtlich, dass ProbandInnen, welche die Image Macro-Adaptionen positiver bewerten, öfters an digitalen politischen Aktivitäten teilnahmen. Der Zusammenhang könnte eventuell damit erklärt werden, dass ProbandInnen, welche sich digital politisch betätigen, aufgeschlossener bezüglich politischer Themen sind und diese deshalb auch positiver bewerten als ProbandInnen, die keinen politischen Online-Aktivitäten nachgehen. Keinerlei Zusammenhang besteht zwischen der Offline-Partizipation und den Bewertungen der Image Macro-Adaptionen. Dies könnte so sein, weil Image Macros ein Phänomen sind, welches hauptsächlich online auftritt und somit keine Verbindungen zu einer Offline-Aktivität hergestellt werden kann.

Zusammenhänge zwischen der Nutzung sozialer Medien und der aggregierten Meme-Bewertungen sind nur bei den Image Macro-Adaptionen im Standard signifikant. ProbandInnen, welche die sozialen Medien seltener nutzen, haben die Image Macro-Adaptionen im Standard auch tendenziell negativer beurteilen. Dies ist

eventuell damit begründbar, dass die ProbandInnen, welche weniger in sozialen Medien aktiv sind, kaum an Image Macro-Adaptionen gewöhnt sind und diese dementsprechend auch negativer beurteilen. Es handelt sich hierbei jedoch um eine aufgestellte Vermutung, die jedenfalls untersucht werden müsste und derzeit keine Aussagekraft hat.

9 Zusammenfassung und Ausblick

Spracheinstellungen haben einen großen Einfluss auf die Verwendung, Wahrnehmung und Bewertung von Sprache. So erhalten der Dialekt und Standard sowohl positive als auch negative Zuschreibungen. Die Sprache spielt auch bei Image Macro-Adaptionen eine wichtige Rolle. Image Macros sind die beliebteste Art von Internet-Memes, welche heutzutage eine weite Verbreitung finden. Diese Studie versucht diese beiden Aspekte miteinander zu verknüpfen und leistet aufgrund ihres explorativen Charakters sowohl im Bereich der Internet-Meme-Forschung als auch im Bereich der Spracheinstellungen einen Beitrag.

In der Studie wurde herausgefunden, dass die politische Orientierung der ProbandInnen keine Auswirkungen auf die Bewertungen der Image Macro-Adaptionen hat, dass keine Korrelation zwischen der Dialektkompetenz der ProbandInnen und den Bewertungen der Image Macro-Adaptionen besteht und es eine negative Korrelation bezüglich der digitalen Partizipation und den Bewertungen der Image Macro-Adaptionen gibt. Weiters wurde eine signifikante positive Korrelation zwischen den memetischen Funktionen und eine signifikante Korrelation zwischen der inhaltlichen Anspielung der Image Macro-Adaptionen und dem Item „lustig“ gefunden. Zusammenhänge zwischen der Nutzung sozialer Medien und der aggregierten Meme-Bewertungen sind nur bei den Image Macro-Adaptionen im Standard signifikant.

Da die Untersuchung auf Studierende in Wien und Salzburg beschränkt wurde, ist das Sample sehr überschaubar. Es wäre jedoch spannend, die Studie auf ein größeres Sample auszuweiten und zu analysieren, ob ähnliche Ergebnisse in anderen Altersklassen auftreten würden. Dennoch können aus dieser Studie einige interessante Ergebnisse mitgenommen werden, die einen Erfahrungswert und Lerneffekt für weitere Untersuchungen darstellen.

Literaturverzeichnis

Adler, Astrid / Plewnia, Albrecht (2020): Aktuelle Bewertungen regionaler Varietäten des Deutschen. In: Hundt, Markus / Kleene, Andrea / Plewnia, Albrecht / Sauer, Verena (Hrsg.): Regiolekte – Objektive Sprachdaten und subjektive Sprachwahrnehmung. Tübingen: Narr Franke Attempto (Studien zur deutschen Sprache, 85), 15–35.

Arendt, Florian / Haim, Mario / Beck, Julia (2019): Fake News, Warnhinweise und perzipierter Wahrheitsgehalt: Zur unterschiedlichen Anfälligkeit für Falschmeldungen in Abhängigkeit von der politischen Orientierung. In: Publizistik 64: 181-204.

Bachmayr-Heyda, Alina (2020): 59 PR-Mitarbeiter: Kurz und Aschbacher schweigen über Personalkosten. https://kontrast.at/sebastian-kurz-pr-kosten/ (24.04.2021).

Bachmayr-Heyda, Alina (2021): Schwere Plagiats-Vorwürfe: Ministerin Aschbacher tritt zurück. https://kontrast.at/ministerin-aschbacher-plagiat-diplomarbeit/ (24.04.2021).

Bülow, Lars / Merten, Marie-Luis / Johann, Michael (2018): Internet-Memes als Zugang zu multimodalen Konstruktionen. Zeitschrift für angewandte Linguistik. 69: 1–32.

Bülow, Lars / Merten, Marie-Luis (2021): Multimodale Metaphern im Kontext von Internet-Memes. Korpuspragmatische und kognitionslinguistische Zugänge zu einem soziokognitiven Online-Phänomen. In: Bülow, Lars / Marx, Konstanze / Meier-Vieracker, Simon / Mroczynski, Robert: Tagungsband zur ALP-Jahrestagung 2020 mit dem Thema Digitale Pragmatik (Metzler, in der Reihe Digitale Linguistik). (eingereicht)

Bülow, Lars / Johann, Michael (2019): Politische Internet-Memes: Erschließung eines interdisziplinären Forschungsfeldes. In: Bülow, Lars / Johann, Michael: Politische Internet-Memes – theoretische Herausforderungen und empirische Befunde. Berlin: Frank & Timme.

Bundesministerium für Inneres (2019): Nationalratswahl 2019. https://bundeswahlen.gv.at/2019/index.html (25.03.2021).

Davidson, Patrick (2009): The Language of Internet Memes. In: The Social Media Reader. 120-134. https://www.veryinteractive.net/content/2-library/46-the-language-of-internet-memes/davison-thelanguageofinternetmemes.pdf (09.03.2021).

Dawkins, Richard (1976): The Selfish Gene. Oxford: Oxford University Press.

Demmel, Gerald (2021): Kaufhaus Österreich: Unbrauchbarer 1,26 Mio €-Online-Shop sperrt nach 3 Monaten zu. https: //kontrast.at/kaufhaus-oesterreich-kosten-shop/ (24.04.2021).

DiÖ (2017): Überblick. In: DiÖ-Online. https://dioe.at/details/ (09.03.2021).

Die Grünen - Die Grüne Alternative (2021): Parteiprogramm. https://www.gruene.at/partei/programm/parteiprogramm (20.04.2021).

DWDS-Wortverlaufskurve für „{'Mem','Meme'}“, erstellt durch das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache.https://www.dwds.de/r/plot/?view=1&corpus=zeitungen&norm=date%2Bclass&smooth=spline

&genres=0&grand=1&slice=1&prune=0&window=3&wbase=0&logavg=0&logscale=0&xrange=1946%3A2020&q1=%7B'Mem'%2C'Meme'%7D (4.02.2021).

Edmonds, Bruce (2005): The revealed poverty of the gene-meme analogy: why memetics per se has failed to produce substantive results. http://cfpm.org/jom-emit/2005/vol9/edmonds_b.html (20.04.2021).

Ekström, Mats / Shehata Adam (2018): Social media, porous boundaries, and the development of online political engagement among young citizens. In: new media & society 20 (2): 740-759.

Freiheitliche Partei Österreichs (2021): Parteiprogramm der Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ). https://www.fpoe.at/test/parteiprogramm/ (20.04.2021).

Garrett, Peter (2010). Attitudes to language. Cambridge: Cambridge University Press.

Glösel, Kathrin (2021): So beherrschen Hoteliers, Seilbahn-Kaiser und die ÖVP das Land Tirol. https://kontrast.at/oevp-tirol-ischgl-corona-ausbruch/ (24.04.2021).

Goldgruber, Barbara (2011): Einstellungen zu Dialekt und Standardsprache in Österreich: eine empirische Untersuchung in Graz und Wien. Diplomarbeit. Wien. Universität Wien.

Grundlingh, Lezendra (2017): Memes as speech acts. In: Social Semiotics 28 (2): 1-22. https://www.researchgate.net/publication/315685679_Memes_as_speech_acts (30.03.2021).

Hartung, Johanna (2006): Sozialpsychologie. Stuttgart : Kohlhammer.

Hemmerich, Wanja (o.J.a): Gepaarter t-Test in SPSS: Effektstärke berechnen. https://statistikguru.de/spss/gepaarter-t-test/effektstaerke-berechnen.html (5.04.2021).

Hemmerich, Wanja (o.J. b): Effektstärke. https://matheguru.com/stochastik/effektstarke.html (5.04.2021).

Hemmerich, Wanja (o.J.c): Gepaarter t-Test in SPSS. https://statistikguru.de/spss/gepaarter-t-test/gepaarter-t-test-in-spss.html (15.04.2021).

Hemmerich, Wanja (o.J.d): Effektstärke. Interpretation von d. https://matheguru.com/stochastik/effektstarke.html (15.04.2021).

Imas International (2017): Nationalratswahlen 2017: zwischen links und rechts – die politischen Positionen in Österreich. http://www.imas.at/images/imas-report/2017/21_Politische-Position.pdf (26.03.2021).

Johann, Michael / Bülow, Lars (2018): Die Verbreitung von Internet-Memes: empirische Befunde zur Diffusion von Bild-Sprache-Texten in den sozialen Medien. https://journals.sub.uni-hamburg.de/hup2/kommges/article/view/599/234 (26.03.2021).

Katz, Daniel (1960): The Functional Approach to the Study of Attitudes. In: The Public Opinion Quarterly 24 (2): 163-204.

Keller, Daniela: Wahl der Skala in Fragebögen. 2013. https://statistik-und-beratung.de/2013/02/wahl-der-skala-in-fragebogen/ (26.02.2021).

Kleene, Andrea (2020a): Attitudinal-perzeptive Variationslinguistik im bairischen Sprachraum. Horizontale und vertikale Grenzen aus der Hörerperspektive. Mannheim: IDS-Verlag.

Kleene, Andrea (2020b): Beliebt, unbeliebt und/oder markant? Bewertungen und Zuordnungen von Dialekten durch österreichische Gewährspersonen. In: Hundt, Markus / Kleene, Andrea / Plewnia, Albrecht / Sauer, Verena (Hrsg.): Regiolekte – Objektive Sprachdaten und subjektive Sprachwahrnehmung. Tübingen: Narr Franke Attempto (Studien zur deutschen Sprache, 85), 37-54.

Klein, Wolf P. (2013): Warum brauchen wir einen klaren Begriff von Standardsprachlichkeit und wie könnte er gefasst werden? In: Hagemann, Jörg / Klein Wolf P. / Staffeldt, Sven: Pragmatischer Standard. Tübingen: Stauffenburg Verlag. 15-38.

Koppensteiner, Wolfgang / Kim, Agnes (2020): Perspectives on change. Language (varieties) contact and language ideologies on German in Austria. In: Lenz, Alexandra N. / Maselko, Mateusz (Hrsg.): Variationist Linguistics meets Contact Linguistics. Göttingen: Vienna University Press (Wiener Arbeiten zur Linguistik), 317–358.

Korb, Christina (2014): Spracheinstellung und Migration. Subjektspositionen und Sprachideologien multilingualer Individuen. Masterarbeit. Graz. Karl-Franzens-Universität Graz.

Lenz, Alexandra N. (2003): Struktur und Dynamik des Substandards. Eine Studie zum Westmitteldeutschen. In: Zeitschrift für Dialektologie und Linguistik 125. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.

Malic, Sonja (2016): Die Sicht auf Dialekte in Österreich – Eine Sprachwahrnehmungs- und Spracheinstellungsforschung von eingebürgerten MigrantInnen und Menschen mit Migrationshintergrund. Masterarbeit. Wien. Universität Wien.

Marschall, Robert (o.J.): Partei "Liste Peter Pilz" & NRW 2017. http://www.nationalratswahl.at/liste-peter-pilz.html (30.04.2021).

Maurer, Hermann / Diem, Peter / Wolf, Helga M. / Brandstaller Trautl (2020): Österreichische Volkspartei. https://austria-forum.org/af/AustriaWiki/%C3%96sterreichische_Volkspartei (20.04.2021).

Morger, Fabia Hultin (2020): “Satire Junge SATIREEEE”: Nachrichtenparodien in Memes und deren Aushandlung im Kontext des Web 2.0. Linguistik online. 103 (3): 129-152. https://www.researchgate.net/publication/344629421_Satire_Junge_SATIREEEE_Nachrichtenparodien_in_Memes_und_deren_Aushandlung_im_Kontext_des_Web_20#fullTextFileContent (26.03.2021).

Mutschlechner, Martin (2021): Marie Antoinette. „Wenn sie kein Brot haben, dann sollen sie doch Kuchen essen!“. https://www.habsburger.net/de/kapitel/wenn-sie-kein-brot-haben-dann-sollen-sie-doch-kuchen-essen (24.04.2021).

NEOS – Das Neue Österreich und Liberales Forum (politische Partei) (o.J.): Unser Programm. https://www.neos.eu/programm (20.04.2021).

Osterroth, Andreas (2015): Das Internet-Meme als Sprache-Bild-Text. In: IMAGE 22, 26–46.

Osterroth, Andreas (2019a): How to do things with memes? – Internet-Memes als multimodale Sprechakte. In: Bülow, Lars / Johann, Michael: Politische Internet-Memes – theoretische Herausforderungen und empirische Befunde. Berlin: Frank & Timme.

Osterroth, Andreas (2019b): Sprache-Bild-Kommunikation in Imageboards: Das Internet-Meme als multimodaler Kommunikationsakt in alternativen Öffentlichkeiten. In: Hauser, Stefan / Opilowski, Roman / Wyss, Eva L.: Alternative Öffentlichkeiten. Soziale Medien zwischen Partizipation, Sharing und Vergemeinschaftung. Bielefeld: transcript Verlag: 269-286.

Oswald, Sascha (2018): “Try not to cry” – Memes, Männlichkeit und Emotionen. Zur Entstehung von Affektstrukturen in digitalen Bildpraktiken. In: kommunikation@gesellschaft, 19(2): 1-32.

ÖVP (Österreichische Volkspartei) – Bundespartei (2021): Sebastian Kurz. https://www.sebastian-kurz.at/person (20.04.2021).

Pfister, Roland / Janczyk, Markus (2020): Inferenzstatistik verstehen. Von A wie Signifikanztest bis Z wie Konfidenzintervall. Berlin / Heidelberg: Springer Verlag.

Pühringer, Marco (2020): Trotz Rekordarbeitslosigkeit & Corona-Krise: Regierung gibt 210 Mio. für PR aus. https://kontrast.at/pr-budget-kurz/ (24.04.2021).

Purschke, Christoph (2020): Attitudes towards multilingualism in Luxembourg. A comparative analysis of online news comments and crowdsourced questionnaire data. In: Frontiers in Artificial Intelligence 3:536086. https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/frai.2020.536086/full (14.04.2021).

Purschke, Christoph (2015): REACT – A constructivist theoretic framework for attitudes. In: Preston, Dennis / Prikhod¬kine, Alexei (Hrsg.): Responses to Language Varieties: Variability, processes and outcomes. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. S. 37-54.

Reißmann, Wolfgang (2019): Digitalisierung, Mediatisierung und die vielen offenen Fragen nach dem Wandel visueller Alltagskultur. In: Lobinger, Katharina (Hrsg.): Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung. Wiesbaden: Springer VS.

Schmidt, Helena / Lingg Sophie (2020): COMING BACK FROM IBIZA. Der Instagram-Account Ibiza Austrian Memes als Case-Study für intersektionalen Meme- Aktivismus und Vermittlung — basierend auf einem Gespräch mit Anahita Neghabat. In: Art Education Research No. 10 (15): 1-17.

Schoel, Christiane / Dagmar, Stahlberg (2012): Spracheinstellungen aus sozialpsychologischer Perspektive II: Dialekte. In: Eichinger, Ludwig M. / Plewina, Albrecht / Schoel, Christiane / Stahlberg, Dagmar: Sprache und Einstellungen: Spracheinstellungen aus sprachwissenschaftlicher Sicht und sozialpyschologischer Perspektive. Tübingen: Narr Francke Attempto. 205–225.

Shifman, Limor (2013): Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. In: Journal of computer-mediated communication 18 (3): 362-377.

Shifman, Limor (2014): Memes in Digital Culture: Cambridge: MIT Press.

Soukup, Barbara (2009): Dialect use as interaction strategy. A sociolinguistic study of contextualization, speech perception, and language attitudes in Austria. In: Austrian Studies in English 98. Wien: Braumüller.

Sozialdemokratische Partei Österreichs, Bundesorganisation (o.J.): SPÖ. Wofür wir stehen. https://www.spoe.at/wofuer-wir-stehen/ (20.04.2021).

Statista (2021): Wahlverhalten bei der Europawahl in Österreich nach soziodemografischen Merkmalen am 26. Mai 2019. https://de.statista.com/statistik/daten/studie/302347/umfrage/wahlverhalten-bei-der-europawahl-in-oesterreich-nach-altersgruppen/ (25.03.2021)

Trudgill, Peter (2003): A glossary of sociolinguistics. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Winter, Daniel (2017): Wo stehen die österreichischen Parteien ideologisch? https://hallo-salzburg.at/index.php/2017/10/12/wo-stehen-die-oesterreichischen-parteien-ideologisch/ (26.03.2021).

Wolf, Barbara (2010): Beurteilung politischer Kandidaten in TV-Duellen. Effekte rezeptionsbegleitender Fremdmeinungen auf Zuschauerurteile. Dissertation. München: Nomos.

Wolfsfeld, Gadi / Yarchi Moran / Samuel-Azran Tal (2015): Political information repertoires and political participation. In: new media & society 18 (9): 2096-2115.

Yamamoto, Masahiro / Nah, Seungahn / Bae, Soo Young (2019): Social media prosumption and online political participation: An examination of online communication processes. In: new media & society 00 (0):1-18.

10 Anhang

Abstract

- **Abstract (Deutsch)**

Diese Masterarbeit untersucht die Wirkung und Wahrnehmung sprachlicher Varietäten im Kontext politischer Internet-Memes anhand von Studierenden in Österreich. Um die Forschungsfrage, inwiefern sich die Spracheinstellungen zum Standard- und Dialektgebrauch im Kontext politischer Image Macros bei Studierenden aus Österreich unterscheiden, beantworten zu können, wurde Studierenden aus Wien und Salzburg ein Online-Fragebogen mit selbst kreierten Image Macro-Adaptionen vorgelegt. Die Image Macro-Adaptionen, welche ausschließlich Bilder von Sebastian Kurz beinhalten, wurden anhand einer 5-stufigen Skala bewertet. Dabei bekam der/die ProbandIn entweder die Image Macro-Adaptionen im Standard oder im Dialekt zu sehen.

Für die Masterarbeit wurden insgesamt drei Hypothesen aufgestellt und überprüft. Die erste Hypothese, dass Image Macro-Adaptionen, deren Sprachbestandteile im Standard verfasst sind, eine positivere Wirkung und Wahrnehmung evozieren als Image Macro-Adaptionen, die im Dialekt geschrieben wurden, konnte weder bestätigt noch belegt werden. Eine zweite These, die besagt, dass Studierende, welche die ÖVP wählen, die Image Macro-Adaptionen als weniger lustig wahrnehmen als Studierende, die eine andere Partei gewählt haben, konnte nicht verifiziert werden. Auch die Annahme, dass Studierende mit geringer Dialektkompetenz die Image Macro-Adaptionen mit Sprachbestandteilen im Dialekt negativer bewerten würden als Studierende mit hoher Dialektkompetenz, wurde widerlegt.

- **Abstract (english)**

This master's thesis examines the effect and perception of linguistic varieties in the context of political Internet memes on the basis of students in Austria. To answer the research question to what extent language attitudes towards standard and dialect usage in the context of political image macros differ among students from Austria, students from Vienna and Salzburg were presented with an online questionnaire containing image macro adaptations they had created themselves. The image macro adaptations, which exclusively contained images of Sebastian Kurz, were rated using a 5-level scale. The subject was shown the image macro adaptations either in standard or in dialect.

A total of three hypotheses were formulated and tested for the master's thesis. The first hypothesis, that image-macro-adaptations whose speech components are written in standard will evoke a more positive effect and perception than image-macro-adaptations written in dialect, could neither be confirmed nor proven. A second hypothesis, that students who voted for the Austrian People's Party (ÖVP) perceived the image macro-adaptations as less funny than students who voted for another party, could not be verified. Also, the assumption that students with low dialect competence would evaluate the image macro adaptations with language components in dialect more negatively than students with high dialect competence could not be disproved.

Bewertung der Erstversion der Dialekt-Adaptionen

- **Image Macro-Adaption 1 (PR) – Entwurf Dialekt**

Person 1	HECHSTE OARBEITSLOSIGKEIT SEIT **JOAHN** GIBT 210 MIO. EURO **FIA** PR AUS
Person 2	HECHSTE **OABATSLOSIGKEIT** SEIT JOARN GIBT 210 MIO. EURO FÜA PR AUS
Person 3	HECHSTE **OARBATSLOSIGKEIT** SEIT JOARN GIBT 210 MIO. EURO FÜA PR AUS
Person 4	HECHSTE **OABEITSLOSIGKEIT** SEIT **JOAN** GIBT 210 MIO. EURO **FIA** PR AUS
Person 5	HECHSTE **OARBATSLOSIGKEIT** SEIT **JOAN** GIBT 210 MIO. EURO **FIA** PR AUS

- **Image Macro-Adaption 2 (Transparenz) – Entwurf Dialekt**

Person 1	TRANSPARENZ WOS IS DES NOMOI?
Person 2	TRANSPARENZ WOS IS DES NOMOI?
Person 3	TRANSPARENZ WOS IS DES **NUMOI**?
Person 4	TRANSPARENZ WOS IS DES NOMOI?
Person 5	TRANSPARENZ WOS IS DES **NOAMOI**?

- **Image Macro-Adaption 3 (Schigebiete) – Entwurf Dialekt**

Person 1	**SCHLIASST** SCHUIN UND GSCHÄFTA ÖFFNET SCHIGEBIETE
Person 2	**SCHLIASST** SCHUIN UND GSCHÄFTA ÖFFNET SCHIGEBIETE
Person 3	**SCHLIASST** SCHUIN UND GSCHÄFTA ÖFFNET SCHIGEBIETE
Person 4	**SCHLIASST** SCHUIN UND GSCHÄFTA ÖFFNET SCHIGEBIETE
Person 5	**SCHLIASST** SCHUIN UND **GSCHÄFTLN** ÖFFNET SCHIGEBIETE

- **Image Macro-Adaption 4 (Kaufhaus Österreich) – Entwurf Dialekt**

Person 1	ZOIT € 700.000 **FIA** „KAUFHAUS ÖSTERREICH“ PLATTFORM FUNKTIONIERT NED
Person 2	**ZOET** € 700.000 FÜA „KAUFHAUS ÖSTERREICH“ PLATTFORM FUNKTIONIERT NED
Person 3	ZOIT € 700.000 FÜA „KAUFHAUS ÖSTERREICH“ PLATTFORM FUNKTIONIERT NED
Person 4	ZOIT € 700.000 **FIA** „KAUFHAUS ÖSTERREICH“ PLATTFORM FUNKTIONIERT NED
Person 5	ZOIT € 700.000 **FIA** „KAUFHAUS ÖSTERREICH“ **PLATTFOAM** FUNKTIONIERT NED

- **Image Macro-Adaption 5 (Abschlussarbeit) – Entwurf Dialekt**

Person 1	HAST KA ABSCHLUSSOARBEIT DROHT KA PLAGIATSVORWUAF
Person 2	**HOST** KA **OBSCHLUSSOARBAT** DROHT KA **PLAGIATSVOAWUAF**
Person 3	**HOST** KA **OBSCHLUSSOARBEIT** DROHT KA **PLAGIATSVOAWUAF**
Person 4	**HOST** KA **ABSCHLUSSOABEIT** DROHT KA **PLAGIATSVOAWUAF**
Person 5	**HOST** KA **OBSCHLUSSOABEIT** DROHT KA PLAGIATSVORWUAF

- **Image Macro-Adaption 6 (Wohnung) – Entwurf Dialekt**

Person 1	**WAUNST** DA DE MIETE NED LEISTN **KAUNST** **DAUN** KAUF DA DO DE WOHNUNG
Person 2	**WAUNST** DA DE MIETE NED LEISTN **KAUNST** **DAUN KAF** DA DO DE WOHNUNG
Person 3	WENNST DA DE MIETE NED LEISTN KANNST **DONN KAF** DA DO DE WOHNUNG
Person 4	WENNST DA DE MIETE NED LEISTN **KAUNST** **DONN KAF** DA DO DE WOHNUNG
Person 5	**WAUNST** DA **DE** MIETE NED LEISTN **KAUNST** **DAUN KAF** DA DO DE WOHNUNG

Fragebogen mit Image Macro-Adaptionen – Standard

14% ausgefüllt

Einleitung

Herzlichen Dank, dass du an dieser Umfrage teilnimmst, deren Daten die empirische Grundlage meiner Masterarbeit bilden. Dabei geht es um deine persönliche Wahrnehmung von politischen Internet-Memes. Es gibt nur richtige Antworten, weshalb ich dich bitten möchte, möglichst spontan deine eigene Meinung zu äußern. Arbeite dabei bitte alleine. Der Fragebogen enthält folgende Bestandteile:

(1) Einverständniserklärung/Datenschutz
(2) Erklärung zum Ausfüllen des Fragebogens
(3) Fragebogen
(4) Biografische Angaben

Wichtig: Bitte verwende NICHT den ‚Zurück'-Button deines Browsers!

Vielen Dank für deine Mithilfe!
Tanja Wechselberger

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

19% ausgefüllt

Einverständniserklärung/Datenschutz

Liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer,

diese Seite dient dem Zweck, dein ausdrückliches Einverständnis zur Teilnahme an der angeschlossenen Umfrage für das Projekt ‚Die Wirkung von politischen Internet-Memes' einzuholen. Das Projekt befasst sich mit den Meinungen und Wahrnehmungen von Studierenden in Österreich zu politischen Internet-Memes. Hauptverantwortliche ist Tanja Wechselberger, Studentin der Universität Wien (01546539@univie.ac.at).

Der Fragebogen ist anonym (personenbezogene Daten werden nur über allgemeine biografische Merkmale und ausdrücklich nicht über Namen erfasst) und dient rein wissenschaftlichen Zwecken. Durch dein Klicken unten und deine Teilnahme bestätigst du deine Zustimmung zu dieser Verwendung, die die digitale Speicherung der ausgefüllten Fragebögen, statistische und qualitative Auswertung der Antworten und Präsentation der Ergebnisse im Rahmen wissenschaftlicher Arbeit umfasst.

Deine Teilnahme an diesem Forschungsprojekt ist freiwillig. Du kannst jederzeit und ohne Angabe von Gründen diese Zustimmung schriftlich widerrufen, ohne dass sich dieser Entschluss nachteilig für dich auswirken wird. Durch den Widerruf deiner Zustimmung wird aber die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Zustimmung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung nicht berührt.

Im Rahmen des Datenschutzes hast du grundsätzlich die folgenden Rechte: das Recht auf Auskunft über deine personenbezogenen Daten sowie auf Berichtigung oder Löschung oder auf Einschränkung der Verarbeitung, ein Widerspruchsrecht gegen die Verarbeitung sowie das Recht auf Datenübertragbarkeit. Diese Rechte finden aber dann keine Anwendung, wenn dadurch die oben genannten Forschungszwecke voraussichtlich unmöglich gemacht oder ernsthaft beeinträchtigt werden. Sie haben darüber hinaus ein Beschwerderecht bei der zuständigen Aufsichtsbehörde in Österreich (Datenschutzbehörde) oder einem anderen EU Mitgliedsland.

Hiermit erkläre ich meine freiwillige Teilnahme an diesem Forschungsprojekt und stimme zu, dass meine anonymen Daten für wissenschaftliche Zwecke genutzt und veröffentlicht werden dürfen:

(Bitte klicke auf das entsprechende Feld.)

- ◯ Ich stimme zu.
- ◯ Ich stimme nicht zu (bitte brich einfach ab und schließe die Umfrage).

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

28% ausgefüllt

Erklärung zum Ausfüllen des Fragebogens

Im folgenden Fragebogen werden politische Memes gezeigt. Unter jedem Meme befinden sich Skalen, auf denen du das Bild einschätzen sollst.

Für die Einschätzung findest du unter jedem Meme eine Tabelle mit 10 Paaren von Einschätzungsmöglichkeiten. Dazwischen befindet sich eine Skala mit fünf Punkten. Bitte bewerte jedes Meme anhand der 5-poligen Skala.

Los geht's!

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

soSci
oFb - der onlineFragebogen

34% ausgefüllt

Die Sprache des Memes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
schön klingend	○○○○○	nicht schön klingend
natürlich	○○○○○	nicht natürlich
intelligent	○○○○○	nicht intelligent

Das Meme als Ganzes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
gelungen	○○○○○	nicht gelungen
schön	○○○○○	nicht schön
kreativ	○○○○○	nicht kreativ
inhaltlich überzeugend	○○○○○	inhaltlich nicht überzeugend

Das Meme würde ich...

liken	○○○○○	nicht liken
kommentieren	○○○○○	nicht kommentieren
weiterleiten	○○○○○	nicht weiterleiten

Ist dir der inhaltliche Zusammenhang bekannt, auf den dieses Meme anspielt?

○ ja
○ nein

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

soSci
oFb - der onlineFragebogen

41% ausgefüllt

Die Sprache des Memes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
schön klingend	○○○○○	nicht schön klingend
natürlich	○○○○○	nicht natürlich
intelligent	○○○○○	nicht intelligent

Das Meme als Ganzes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
gelungen	○○○○○	nicht gelungen
schön	○○○○○	nicht schön
kreativ	○○○○○	nicht kreativ
inhaltlich überzeugend	○○○○○	inhaltlich nicht überzeugend

Das Meme würde ich...

liken	○○○○○	nicht liken
kommentieren	○○○○○	nicht kommentieren
weiterleiten	○○○○○	nicht weiterleiten

Ist dir der inhaltliche Zusammenhang bekannt, auf den dieses Meme anspielt?

○ ja
○ nein

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

soSci
oFb - der onlineFragebogen

48% ausgefüllt

Die Sprache des Memes finde ich...

sympathisch	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	unsympathisch
lustig	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht lustig
modern	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht modern
vertrauenswürdig	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht ansprechend
emotional	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht emotional
schön klingend	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht schön klingend
natürlich	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht natürlich
intelligent	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht intelligent

Das Meme als Ganzes finde ich...

sympathisch	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	unsympathisch
lustig	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht lustig
modern	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht modern
vertrauenswürdig	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht ansprechend
emotional	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht emotional
gelungen	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht gelungen
schön	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht schön
kreativ	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht kreativ
inhaltlich überzeugend	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	inhaltlich nicht überzeugend

Das Meme würde ich...

liken	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht liken
kommentieren	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht kommentieren
weiterleiten	◯ ◯ ◯ ◯ ◯	nicht weiterleiten

Ist dir der inhaltliche Zusammenhang bekannt, auf den dieses Meme anspielt?

◯ ja
◯ nein

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

Die Sprache des Memes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
schön klingend	○○○○○	nicht schön klingend
natürlich	○○○○○	nicht natürlich
intelligent	○○○○○	nicht intelligent

Das Meme als Ganzes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
gelungen	○○○○○	nicht gelungen
schön	○○○○○	nicht schön
kreativ	○○○○○	nicht kreativ
inhaltlich überzeugend	○○○○○	inhaltlich nicht überzeugend

Das Meme würde ich...

liken	○○○○○	nicht liken
kommentieren	○○○○○	nicht kommentieren
weiterleiten	○○○○○	nicht weiterleiten

Ist dir der inhaltliche Zusammenhang bekannt, auf den dieses Meme anspielt?

○ ja
○ nein

Weiter

soSci
oFb - der onlineFragebogen

63% ausgefüllt

Die Sprache des Memes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
schön klingend	○○○○○	nicht schön klingend
natürlich	○○○○○	nicht natürlich
intelligent	○○○○○	nicht intelligent

Das Meme als Ganzes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
gelungen	○○○○○	nicht gelungen
schön	○○○○○	nicht schön
kreativ	○○○○○	nicht kreativ
inhaltlich überzeugend	○○○○○	inhaltlich nicht überzeugend

Das Meme würde ich...

liken	○○○○○	nicht liken
kommentieren	○○○○○	nicht kommentieren
weiterleiten	○○○○○	nicht weiterleiten

Ist dir der inhaltliche Zusammenhang bekannt, auf den dieses Meme anspielt?

○ ja
○ nein

Weiter

soSci
oFb - der onlineFragebogen

71% ausgefüllt

Die Sprache des Memes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
schön klingend	○○○○○	nicht schön klingend
natürlich	○○○○○	nicht natürlich
intelligent	○○○○○	nicht intelligent

Das Meme als Ganzes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
gelungen	○○○○○	nicht gelungen
schön	○○○○○	nicht schön
kreativ	○○○○○	nicht kreativ
inhaltlich überzeugend	○○○○○	inhaltlich nicht überzeugend

Das Meme würde ich...

liken	○○○○○	nicht liken
kommentieren	○○○○○	nicht kommentieren
weiterleiten	○○○○○	nicht weiterleiten

Ist dir der inhaltliche Zusammenhang bekannt, auf den dieses Meme anspielt?

○ ja
○ nein

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

soSci
oFb - der onlineFragebogen

78% ausgefüllt

Wie oft hast du in den letzten 12 Monaten an folgenden traditionellen politischen Aktivitäten teilgenommen?

	nie	selten	manchmal	oft	sehr oft
an einer Demonstration teilgenommen	○	○	○	○	○
eine Petition unterschrieben	○	○	○	○	○
an einem politischen Meeting teilgenommen	○	○	○	○	○
an einer politischen Kampagne beteiligt	○	○	○	○	○
mit anderen in der Gemeinde zur Lösung von Problemen zusammengearbeitet	○	○	○	○	○

Wie oft hast du in den letzten 12 Monaten an folgenden digitalen politischen Aktivitäten teilgenommen?

	nie	selten	manchmal	oft	sehr oft
eine Online-Petition unterschrieben	○	○	○	○	○
an einer politischen Online-Diskussion teilgenommen	○	○	○	○	○
an einer politischen Online-Diskussion mit Freunden teilgenommen	○	○	○	○	○
politische Meinung online geäußert	○	○	○	○	○
politische Informationen in sozialen Netzwerken gepostet	○	○	○	○	○
politische Informationen in sozialen Netzwerken gelikt	○	○	○	○	○
auf politische Informationen in sozialen Netzwerken geantwortet	○	○	○	○	○
politische Informationen in sozialen Netzwerken geteilt	○	○	○	○	○
politische Stellungsnahmen verlinkt	○	○	○	○	○

politisches Wissen

	stimme gar nicht zu				stimme voll zu
Ich habe ein sehr gutes Verständnis für politische Themen in Österreich.	○	○	○	○	○
Ich bin besser über die Politik in Österreich informiert als andere.	○	○	○	○	○
Ich kenne alle Regierungsmitglieder in Österreich.	○	○	○	○	○

politisches Interesse

	gar nicht				sehr stark
Wie sehr interessierst du dich für Politik?	○	○	○	○	○
Wie sehr interessierst du dich für das, was in der Gesellschaft passiert?	○	○	○	○	○

Intensität der Social-Media-Nutzung

	nie						sehr oft
Wie oft durchsuchst du Inhalte auf sozialen Netzwerken und Microblogging-Diensten (z.B. Twitter)?	○	○	○	○	○	○	○
Wie oft postest du eigene Inhalte auf sozialen Netzwerken und Microblogging-Diensten (z.B. Twitter)?	○	○	○	○	○	○	○
Wie oft kommentierst du Inhalte auf sozialen Netzwerken und Microblogging-Diensten (z.B. Twitter)?	○	○	○	○	○	○	○
Wie oft teilst du Inhalte auf sozialen Netzwerken und Microblogging-Diensten (z.B. Twitter)?	○	○	○	○	○	○	○

Welche Partei hast du bei der Nationalratswahl 2019 gewählt?

- ○ ÖVP
- ○ SPÖ
- ○ FPÖ
- ○ Neos
- ○ Grün
- ○ war noch nicht zur Wahl berechtigt
- ○ habe nicht gewählt
- ○ andere Partei

Wo würdest du deine politische Grundeinstellung einordnen?

politisch links ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ politisch rechts

Weiter

soSci
oFb - der onlineFragebogen

85% ausgefüllt

Welches Geschlecht hast du?

- ◯ weiblich
- ◯ männlich
- ◯ divers

Wie alt bist du?

Ich bin ☐ Jahre alt.

In welchem Bundesland lebst du derzeit?

- ◯ Wien
- ◯ Niederösterreich
- ◯ Oberösterreich
- ◯ Burgenland
- ◯ Salzburg
- ◯ Kärten
- ◯ Steiermark
- ◯ Tirol
- ◯ Vorarlberg
- ◯ anderes Land

Ist Deutsch deine Muttersprache?

- ◯ ja
- ◯ nein

Bitte beurteile wie gut du Dialekt...

	sehr schlecht						sehr gut
sprichst	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
verstehst	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯

	sehr niedrig						sehr hoch
Wie hoch schätzt du das Ansehen dialektaler Sprechweisen in deinem Freundeskreis ein?	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯

	nie						sehr häufig
Wie oft verwendest du Dialekt in Kurznachrichten wie WhatsApp?	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯

Hast du sonstige Kommentare/Anmerkungen?

Weiter

Tania Wechselberger. Universität Wien – 2021

93% ausgefüllt

Quellen der Bilder

Für die erstellten Memes wurden folgende Bilder verwendet:

www.diepresse.com/5348710/zitate-der-woche-sie-sind-der-heilige-geist#slide-6

www.derstandard.de/story/2000108823852/virales-video-woher-ist-sebastian-kurz-nun-wirklich

mar.prod.image.rndtech.de/var/storage/images/rnd/nachrichten/politik/ausland/sebastian-kurz-empoert-ueber-ratten-gedicht-der-fpoe/718498129-1-ger-DE/Sebastian-Kurz-empoert-ueber-Ratten-Gedicht-der-FPOe_big_teaser_article.jpg

www.wt1.at/news/platz-2-fuer-sebastian-kurz/

www.news.at/a/sebastian-kurz-kindheit-11126342

www.spiegel.de/politik/ausland/oesterreich-sebastian-kurz-verhandelt-mit-den-gruenen-ueber-eine-koalition-a-1295922.html

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Deine Antworten wurden gespeichert, du kannst das Browser-Fenster nun schließen.

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

Fragebogen mit Image Macro-Adaptionen – Dialekt

soSci
oFb - der onlineFragebogen

14% ausgefüllt

Einleitung

Herzlichen Dank, dass du an dieser Umfrage teilnimmst, deren Daten die empirische Grundlage meiner Masterarbeit bilden. Dabei geht es um deine persönliche Wahrnehmung von politischen Internet-Memes. Es gibt nur richtige Antworten, weshalb ich dich bitten möchte, möglichst spontan deine eigene Meinung zu äußern. Arbeite dabei bitte alleine. Der Fragebogen enthält folgende Bestandteile:

(1) Einverständniserklärung/Datenschutz
(2) Erklärung zum Ausfüllen des Fragebogens
(3) Fragebogen
(4) Biografische Angaben

Wichtig: Bitte verwende NICHT den ‚Zurück'-Button deines Browsers!

Vielen Dank für deine Mithilfe!
Tanja Wechselberger

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

soSci
oFb - der onlineFragebogen

19% ausgefüllt

Einverständniserklärung/Datenschutz

Liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer,

diese Seite dient dem Zweck, dein ausdrückliches Einverständnis zur Teilnahme an der angeschlossenen Umfrage für das Projekt ‚Die Wirkung von politischen Internet-Memes' einzuholen. Das Projekt befasst sich mit den Meinungen und Wahrnehmungen von Studierenden in Österreich zu politischen Internet-Memes. Hauptverantwortliche ist Tanja Wechselberger, Studentin der Universität Wien (01546539@univie.ac.at).

Der Fragebogen ist anonym (personenbezogene Daten werden nur über allgemeine biografische Merkmale und ausdrücklich nicht über Namen erfasst) und dient rein wissenschaftlichen Zwecken. Durch dein Klicken unten und deine Teilnahme bestätigst du deine Zustimmung zu dieser Verwendung, die die digitale Speicherung der ausgefüllten Fragebögen, statistische und qualitative Auswertung der Antworten und Präsentation der Ergebnisse im Rahmen wissenschaftlicher Arbeit umfasst.

Deine Teilnahme an diesem Forschungsprojekt ist freiwillig. Du kannst jederzeit und ohne Angabe von Gründen diese Zustimmung schriftlich widerrufen, ohne dass sich dieser Entschluss nachteilig für dich auswirken wird. Durch den Widerruf deiner Zustimmung wird aber die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Zustimmung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung nicht berührt.

Im Rahmen des Datenschutzes hast du grundsätzlich die folgenden Rechte: das Recht auf Auskunft über deine personenbezogenen Daten sowie auf Berichtigung oder Löschung oder auf Einschränkung der Verarbeitung, ein Widerspruchsrecht gegen die Verarbeitung sowie das Recht auf Datenübertragbarkeit. Diese Rechte finden aber dann keine Anwendung, wenn dadurch die oben genannten Forschungszwecke voraussichtlich unmöglich gemacht oder ernsthaft beeinträchtigt werden. Sie haben darüber hinaus ein Beschwerderecht bei der zuständigen Aufsichtsbehörde in Österreich (Datenschutzbehörde) oder einem anderen EU Mitgliedsland.

Hiermit erkläre ich meine freiwillige Teilnahme an diesem Forschungsprojekt und stimme zu, dass meine anonymen Daten für wissenschaftliche Zwecke genutzt und veröffentlicht werden dürfen:

(Bitte klicke auf das entsprechende Feld.)

- ◯ Ich stimme zu.
- ◯ Ich stimme nicht zu (bitte brich einfach ab und schließe die Umfrage).

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

soSci
oFb - der onlineFragebogen

28% ausgefüllt

Erklärung zum Ausfüllen des Fragebogens

Im folgenden Fragebogen werden politische Memes gezeigt. Unter jedem Meme befinden sich Skalen, auf denen du das Bild einschätzen sollst.

Für die Einschätzung findest du unter jedem Meme eine Tabelle mit 10 Paaren von Einschätzungsmöglichkeiten. Dazwischen befindet sich eine Skala mit fünf Punkten. Bitte bewerte jedes Meme anhand der 5-poligen Skala.

Los geht's!

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

soSci
oFb - der onlineFragebogen

24% ausgefüllt

Die Sprache des Memes finde ich...

sympathisch	○ ○ ○ ○ ○	unsympathisch
lustig	○ ○ ○ ○ ○	nicht lustig
modern	○ ○ ○ ○ ○	nicht modern
vertrauenswürdig	○ ○ ○ ○ ○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○ ○ ○ ○ ○	nicht ansprechend
emotional	○ ○ ○ ○ ○	nicht emotional
schön klingend	○ ○ ○ ○ ○	nicht schön klingend
natürlich	○ ○ ○ ○ ○	nicht natürlich
intelligent	○ ○ ○ ○ ○	nicht intelligent

Das Meme als Ganzes finde ich...

sympathisch	○ ○ ○ ○ ○	unsympathisch
lustig	○ ○ ○ ○ ○	nicht lustig
modern	○ ○ ○ ○ ○	nicht modern
vertrauenswürdig	○ ○ ○ ○ ○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○ ○ ○ ○ ○	nicht ansprechend
emotional	○ ○ ○ ○ ○	nicht emotional
gelungen	○ ○ ○ ○ ○	nicht gelungen
schön	○ ○ ○ ○ ○	nicht schön
kreativ	○ ○ ○ ○ ○	nicht kreativ
inhaltlich überzeugend	○ ○ ○ ○ ○	inhaltlich nicht überzeugend

Das Meme würde ich...

liken	○ ○ ○ ○ ○	nicht liken
kommentieren	○ ○ ○ ○ ○	nicht kommentieren
weiterleiten	○ ○ ○ ○ ○	nicht weiterleiten

Ist dir der inhaltliche Zusammenhang bekannt, auf den dieses Meme anspielt?

○ ja
○ nein

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

soSci
oFb - der onlineFragebogen

32% ausgefüllt

Die Sprache des Memes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
schön klingend	○○○○○	nicht schön klingend
natürlich	○○○○○	nicht natürlich
intelligent	○○○○○	nicht intelligent

Das Meme als Ganzes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
gelungen	○○○○○	nicht gelungen
schön	○○○○○	nicht schön
kreativ	○○○○○	nicht kreativ
inhaltlich überzeugend	○○○○○	inhaltlich nicht überzeugend

Das Meme würde ich...

liken	○○○○○	nicht liken
kommentieren	○○○○○	nicht kommentieren
weiterleiten	○○○○○	nicht weiterleiten

Ist dir der inhaltliche Zusammenhang bekannt, auf den dieses Meme anspielt?

○ ja
○ nein

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

soSci
oFb - der onlineFragebogen

41% ausgefüllt

Die Sprache des Memes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
schön klingend	○○○○○	nicht schön klingend
natürlich	○○○○○	nicht natürlich
intelligent	○○○○○	nicht intelligent

Das Meme als Ganzes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
gelungen	○○○○○	nicht gelungen
schön	○○○○○	nicht schön
kreativ	○○○○○	nicht kreativ
inhaltlich überzeugend	○○○○○	inhaltlich nicht überzeugend

Das Meme würde ich...

liken	○○○○○	nicht liken
kommentieren	○○○○○	nicht kommentieren
weiterleiten	○○○○○	nicht weiterleiten

Ist dir der inhaltliche Zusammenhang bekannt, auf den dieses Meme anspielt?

○ ja
○ nein

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

Die Sprache des Memes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
schön klingend	○○○○○	nicht schön klingend
natürlich	○○○○○	nicht natürlich
intelligent	○○○○○	nicht intelligent

Das Meme als Ganzes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
gelungen	○○○○○	nicht gelungen
schön	○○○○○	nicht schön
kreativ	○○○○○	nicht kreativ
inhaltlich überzeugend	○○○○○	inhaltlich nicht überzeugend

Das Meme würde ich...

liken	○○○○○	nicht liken
kommentieren	○○○○○	nicht kommentieren
weiterleiten	○○○○○	nicht weiterleiten

Ist dir der inhaltliche Zusammenhang bekannt, auf den dieses Meme anspielt?

○ ja
○ nein

Weiter

soSci
oFb - der onlineFragebogen

58% ausgefüllt

Die Sprache des Memes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
schön klingend	○○○○○	nicht schön klingend
natürlich	○○○○○	nicht natürlich
intelligent	○○○○○	nicht intelligent

Das Meme als Ganzes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
gelungen	○○○○○	nicht gelungen
schön	○○○○○	nicht schön
kreativ	○○○○○	nicht kreativ
inhaltlich überzeugend	○○○○○	inhaltlich nicht überzeugend

Das Meme würde ich...

liken	○○○○○	nicht liken
kommentieren	○○○○○	nicht kommentieren
weiterleiten	○○○○○	nicht weiterleiten

Ist dir der inhaltliche Zusammenhang bekannt, auf den dieses Meme anspielt?

○ ja
○ nein

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

soSci
oFb - der onlineFragebogen

66% ausgefüllt

Die Sprache des Memes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
schön klingend	○○○○○	nicht schön klingend
natürlich	○○○○○	nicht natürlich
intelligent	○○○○○	nicht intelligent

Das Meme als Ganzes finde ich...

sympathisch	○○○○○	unsympathisch
lustig	○○○○○	nicht lustig
modern	○○○○○	nicht modern
vertrauenswürdig	○○○○○	nicht vertrauenswürdig
ansprechend	○○○○○	nicht ansprechend
emotional	○○○○○	nicht emotional
gelungen	○○○○○	nicht gelungen
schön	○○○○○	nicht schön
kreativ	○○○○○	nicht kreativ
inhaltlich überzeugend	○○○○○	inhaltlich nicht überzeugend

Das Meme würde ich...

liken	○○○○○	nicht liken
kommentieren	○○○○○	nicht kommentieren
weiterleiten	○○○○○	nicht weiterleiten

Ist dir der inhaltliche Zusammenhang bekannt, auf den dieses Meme anspielt?

- ○ ja
- ○ nein

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

soSci
oFb - der onlineFragebogen

78% ausgefüllt

Wie oft hast du in den letzten 12 Monaten an folgenden traditionellen politischen Aktivitäten teilgenommen?

	nie	selten	manchmal	oft	sehr oft
an einer Demonstration teilgenommen	○	○	○	○	○
eine Petition unterschrieben	○	○	○	○	○
an einem politischen Meeting teilgenommen	○	○	○	○	○
an einer politischen Kampagne beteiligt	○	○	○	○	○
mit anderen in der Gemeinde zur Lösung von Problemen zusammengearbeitet	○	○	○	○	○

Wie oft hast du in den letzten 12 Monaten an folgenden digitalen politischen Aktivitäten teilgenommen?

	nie	selten	manchmal	oft	sehr oft
eine Online-Petition unterschrieben	○	○	○	○	○
an einer politischen Online-Diskussion teilgenommen	○	○	○	○	○
an einer politischen Online-Diskussion mit Freunden teilgenommen	○	○	○	○	○
politische Meinung online geäußert	○	○	○	○	○
politische Informationen in sozialen Netzwerken gepostet	○	○	○	○	○
politische Informationen in sozialen Netzwerken gelikt	○	○	○	○	○
auf politische Informationen in sozialen Netzwerken geantwortet	○	○	○	○	○
politische Informationen in sozialen Netzwerken geteilt	○	○	○	○	○
politische Stellungsnahmen verlinkt	○	○	○	○	○

politisches Wissen

	stimme gar nicht zu				stimme voll zu
Ich habe ein sehr gutes Verständnis für politische Themen in Österreich.	○	○	○	○	○
Ich bin besser über die Politik in Österreich informiert als andere.	○	○	○	○	○
Ich kenne alle Regierungsmitglieder in Österreich.	○	○	○	○	○

politisches Interesse

	gar nicht				sehr stark
Wie sehr interessierst du dich für Politik?	○	○	○	○	○
Wie sehr interessierst du dich für das, was in der Gesellschaft passiert?	○	○	○	○	○

Intensität der Social-Media-Nutzung

	nie						sehr oft
Wie oft durchsuchst du Inhalte auf sozialen Netzwerken und Microblogging-Diensten (z.B. Twitter)?	○	○	○	○	○	○	○
Wie oft postest du eigene Inhalte auf sozialen Netzwerken und Microblogging-Diensten (z.B. Twitter)?	○	○	○	○	○	○	○
Wie oft kommentierst du Inhalte auf sozialen Netzwerken und Microblogging-Diensten (z.B. Twitter)?	○	○	○	○	○	○	○
Wie oft teilst du Inhalte auf sozialen Netzwerken und Microblogging-Diensten (z.B. Twitter)?	○	○	○	○	○	○	○

Welche Partei hast du bei der Nationalratswahl 2019 gewählt?

- ○ ÖVP
- ○ SPÖ
- ○ FPÖ
- ○ Neos
- ○ Grün
- ○ war noch nicht zur Wahl berechtigt
- ○ habe nicht gewählt
- ○ andere Partei

Wo würdest du deine politische Grundeinstellung einordnen?

politisch links ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ politisch rechts

Weiter

soSci
oFb - der onlineFragebogen

85% ausgefüllt

Welches Geschlecht hast du?

- ◯ weiblich
- ◯ männlich
- ◯ divers

Wie alt bist du?

Ich bin ☐ Jahre alt.

In welchem Bundesland lebst du derzeit?

- ◯ Wien
- ◯ Niederösterreich
- ◯ Oberösterreich
- ◯ Burgenland
- ◯ Salzburg
- ◯ Kärten
- ◯ Steiermark
- ◯ Tirol
- ◯ Vorarlberg
- ◯ anderes Land

Ist Deutsch deine Muttersprache?

- ◯ ja
- ◯ nein

Bitte beurteile wie gut du Dialekt...

	sehr schlecht						sehr gut
sprichst	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
verstehst	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯

	sehr niedrig						sehr hoch
Wie hoch schätzt du das Ansehen dialektaler Sprechweisen in deinem Freundeskreis ein?	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯

	nie						sehr häufig
Wie oft verwendest du Dialekt in Kurznachrichten wie WhatsApp?	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯

Hast du sonstige Kommentare/Anmerkungen?

Weiter

Tania Wechselberger. Universität Wien – 2021

93% ausgefüllt

Quellen der Bilder

Für die erstellten Memes wurden folgende Bilder verwendet:

www.diepresse.com/5348710/zitate-der-woche-sie-sind-der-heilige-geist#slide-6

www.derstandard.de/story/2000108823852/virales-video-woher-ist-sebastian-kurz-nun-wirklich

mar.prod.image.rndtech.de/var/storage/images/rnd/nachrichten/politik/ausland/sebastian-kurz-empoert-ueber-ratten-gedicht-der-fpoe/718498129-1-ger-DE/Sebastian-Kurz-empoert-ueber-Ratten-Gedicht-der-FPOe_big_teaser_article.jpg

www.wt1.at/news/platz-2-fuer-sebastian-kurz/

www.news.at/a/sebastian-kurz-kindheit-11126342

www.spiegel.de/politik/ausland/oesterreich-sebastian-kurz-verhandelt-mit-den-gruenen-ueber-eine-koalition-a-1295922.html

Weiter

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Deine Antworten wurden gespeichert, du kannst das Browser-Fenster nun schließen.

Tanja Wechselberger, Universität Wien – 2021