



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

„Dialekte" in Österreich und ihre SprecherInnen im Spiegel
österreichischer Printmedien

verfasst von | submitted by

Mag.phil. Sandra Fuchs Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2025

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 818

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Austrian Studies - Cultures,
Literatures, Languages

Betreut von | Supervisor:

Mag. Dr. Manfred Michael Glauninger Privatdoz.

DANKSAGUNG

Mein besonderer Dank gilt..

Meinen Eltern, die mich stets gefördert und gefordert haben und mir immer viel Liebe und Verständnis entgegen bringen.

Meinem Partner Christoph, der mir jeden Tag eine große emotionale und moralische Stütze ist und immer an mich glaubt.

Manfred Glauninger, für die Inspiration zum Thema der vorliegenden Masterarbeit und die umfassende und geduldige Betreuung, während derer er meine Anfragen immer umgehend und sehr konstruktiv beantwortet hat.

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	1
1. EINLEITUNG	2
1.1 Ziel der Arbeit	2
1.2 Relevanz des Themas	3
1.3 Forschungsstand und Forschungslücke	4
1.4 Forschungsfragen	8
2. THEORETISCHER TEIL	10
2.1 Die sprachliche Situation in Österreich	10
2.2 Dialektologie des Deutschen	12
2.3 Sprachbewertung	14
2.3.1 Spracheinstellungen/Attitüden	15
2.3.2 Vorurteile und Stereotype	23
2.3.3 Sprachideologie	24
2.3.4 Sprachkritik	25
2.4 Dialekt in den Medien	26
2.5 Linguistische Aspekte der Presse(sprache)	28
2.5.1 Textklassen und -sorten	29
2.5.2 Im engeren Sinne sprachliche Mittel der Presse	31
2.5.3 Das Bild in der Presse	34
2.5.4. Die Rolle der JournalistInnen	36
2.6 Die Printzeitung in Österreich	37
3. EMPIRISCHER TEIL	40
3.1 Anlage der Studie und Wahl der Methode	40
3.2 Datenbasis/Material	42

3.3 Vorgehensweise bei der Analyse	43
3.4 Analyseergebnisse.....	44
3.4.1 Varietätenspezifische Konzepte und soziale Bedeutung von Dialekten in Österreich .48	
3.4.2 Funktionalisierung sprachlicher Mittel	64
3.4.3 Parallelen und Unterschiede zwischen Qualitäts-, Gratis- und Boulevardzeitung.....	69
4. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK.....	72
4.1 Dialekt und seine SprecherInnen im Spiegel der österreichischen Printmedien	72
4.2 Forschungsausblick.....	74
5. LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS.....	76
5.1 Forschungsliteratur.....	76
5.2. Onlinequellen	84
6. KORPUS	85
6.1 Kronen Zeitung	85
6.2 Heute.....	85
6.3 Der Standard	86
7. ABBILDUNGSVERZEICHNIS	87
8. ANHANG	88
8.1 Untersuchte Artikel.....	88
8.2 Abstract	89

VORWORT

Die Geburtsstunde für die Entstehung dieser Arbeit fand in der Vorlesung „Sprache in Österreich“ bei Professor Glauninger statt, welche ich gegen Ende meines Studiums der Austrian Studies besuchte. Ich wählte dieses Fach als Zweitstudium wegen meines großen Interesses für Sprache und Literatur, welches mich schon durch die Schulzeit begleitete. Bei der Entscheidung für Austrian Studies und gegen die anderen Masterstudien der Germanistik spielte der Österreichbezug eine große Rolle. In der Vorlesung von Professor Glauninger beschäftigte ich mich erstmals aktiv mit meinem ganz persönlichen Zugang zu Sprache und war überrascht festzustellen, dass ich als „Hochdeutsch“ sprechende Wienerin zur Minderheit – zusammen mit nur einer weiteren Kollegin in dieser Vorlesung – gehörte. „Dialekt“ hatte für die meisten KollegInnen eine große Bedeutung – dieser Umstand und die Erkenntnisse durch den Austausch in Gruppenarbeiten und bei Diskussionen im Plenum legten den Grundstein meines Interesses für das im Rahmen dieser Arbeit aufgegriffene Forschungsthema.

Im Zuge meines vorangegangenen Studiums der Publizistik und Kommunikationswissenschaft interessierte ich mich immer besonders für Medienwirkungsforschung und sah hier eine interessante Möglichkeit für eine interdisziplinäre Untersuchung. Im Austausch mit Professor Glauninger manifestierte sich dann die Idee und in weiterer Folge das Konzept für diese Masterarbeit, bei der die Darstellung von Dialekt und seinen SprecherInnen in den Printmedien untersucht werden soll.

1. EINLEITUNG

Die Dialekte der deutschen Sprache in Österreich sind an sich ein sehr umfangreiches Thema, mit welchem man tausende Seiten füllen könnte. Umso wichtiger ist es gleich vorneweg den Rahmen des Möglichen für die vorliegende Masterarbeit so genau wie möglich abzugrenzen. Diese lässt sich grob in einen Einleitung, einen Theorie- und einen Empirieteil untergliedern. Am Beginn stehen eine Zieldefinition, eine Exploration der Relevanz des Themas sowie der aktuelle einschlägige Forschungsstand. Auf Basis dessen werden Forschungsfragen formuliert, welche es im Zuge der Arbeit zu beantworten gilt.

Der Aufbau des Theorieteils orientiert sich vom Allgemeinen hin zum Speziellen und beginnt mit einem Status quo der sprachlichen Situation in Österreich, wobei ein besonderes Augenmerk auf die Dialekte (des Deutschen) gelegt wird. Weiter geht es mit den verschiedenen Aspekten der Sprachbewertung (Einstellungen/Attitüden, Stereotype und Ideologien). Es folgt ein Kapitel zu Dialekt-Diskursen, welches unter anderem die Themenkreise Dialekt in der Bildung und in der Arbeitswelt beleuchtet. Im weiteren Verlauf des Theorieteils wird auf jene Plattform eingegangen, auf welcher der empirisch zu untersuchende Diskurs repräsentiert wird: die Massenmedien und genauer gesagt die ausgewählten Tageszeitungen. Hierbei stehen die sprachlichen Spezifika der Presse im Vordergrund sowie die Bedeutung der Medien als Meinungsmacher und die Rollen von JournalistInnen als NutzerInnen ebendieser sprachlichen Mittel.

Im Empirieteil wird zuerst die Methode und Anlage der diskursanalytischen Studie besprochen und dargelegt. Im Anschluss erfolgt eine Beschreibung des analysierten Materials (Korpus). Den größten Teil dieses Abschnitts füllen die Präsentation und Diskussion der Untersuchungsergebnisse. Abschließend erfolgt eine Zusammenfassung mit einem Ausblick auf mögliche weitere Untersuchungen bzw. anschlussfähige Forschungsansätze.

1.1 Ziel der Arbeit

Das Ziel vorliegender Arbeit ist eine Bestandsaufnahme der jüngeren Printmedienberichterstattung über „Dialekt“ mit dem Fokus auf die textliche Charakterisierung und bildliche Darstellung der DialektsprecherInnen. Dabei soll zudem herausgefunden werden, ob Unterschiede zwischen Boulevard und Qualitätspresse bestehen. Mit der Arbeit soll ein kleiner, aber dennoch wertvoller

Beitrag zum Dialekt-Standardsprache-Diskurs geleistet und dieser um eine bis dato in dieser Form unerforschte Facette erweitert werden.

1.2 Relevanz des Themas

„Was (eine) Sprache ist, wird nicht so sehr dadurch bestimmt, wie wir sprechen, sondern wie wir über Sprache sprechen – oder anders formuliert: Sprache wird, als konstitutiver Bestandteil sozialer Wirklichkeit, diskursiv konstruiert.“ - Niku Dorostkar, 2014: 22

Sprache ist allgegenwärtig und vielfältig – ebenso vielfältig sind die Herangehensweisen an die wissenschaftliche Erforschung bzw. Betrachtung von Sprache. Obiges Zitat passt besonders gut in die Einleitung zur vorliegenden Arbeit, da es das Sprechen über die Sprache in den Fokus stellt und hierbei den diskursiven Aspekt herausstreicht.

Die gesamtgesellschaftliche Relevanz der Sprache schlug sich in der Wahl des Semesterthemas der Universität Wien im Sommersemester 2020, also zur Zeit der Grundsteinlegung für die vorliegende Arbeit, nieder. Dieses lautete „Wie wirkt Sprache?“. Durch die Erforschung von Sprache(n) und deren Zusammenhang mit dem Denken kann sowohl auf regionaler als auch auf globaler Ebene ein maßgeblicher Beitrag zum Verständnis unserer mehrsprachigen Gesellschaften geleistet werden: Je besser wir verstehen, wie Sprache und unsere Denkprozesse zusammenhängen, desto besser können wir verstehen, inwieweit sich die SprecherInnen verschiedener Sprachen in ihrer Wahrnehmung der Welt und auch umgekehrt darin, wie die Welt sie wahrnimmt, gleichen oder unterscheiden. Die oben angesprochene Wahl zum Semesterthema ist jedoch nur einer von vielen Indikatoren für die Aktualität und Relevanz des Themenkreises Sprache und deren Bedeutung.

So wird aktuelle Forschung zu diesem Thema in Österreich seit 2015 im Spezialforschungsbereich (SFB) „Deutsch in Österreich“ betrieben. Es handelt sich dabei um ein vom österreichischen Fonds zur Förderung wissenschaftlicher Forschung (FWF) finanziertes Gemeinschaftsprojekt, bestehend aus neun Teilprojekten, die interagierend die Variation und den Wandel der deutschen Sprache in Österreich untersuchen. Besonders interessant für das vorliegende Forschungsvorhaben ist hier der Task-Cluster D (Perzeption) des SFB, welcher sich mit Aspekten rund um Spracheinstellungen und Sprachwahrnehmungen zum Deutschen in Österreich und dabei etwa mit der Frage nach perzeptiven und attitudinalen Aspekten von Dialekt und Umgangssprache (Non-Standard) sowie Standardsprache beschäftigt. Teilprojekt 8 untersucht mithilfe österreichweiter, flächendeckender

Erhebungen und Analysen, wie insbesondere standardsprachliche Varietäten und Sprechlagen „in den Köpfen“ – das heißt im Bewusstsein – der Bevölkerung konzeptuell verankert sind. Hierbei liegt der Fokus auch auf der sozialen Dimensionierung von Varietäten und dem Changieren der Spracheinstellungen zwischen den Polen Prestige und Stigma (vgl. Lenz 2021: Task-Cluster D Perzeption).

Medien sind immer noch die wichtigste Quelle für Informationssuchende – Printmedien eignen sich hierbei besonders gut als Untersuchungsmaterial, da diese nach wie vor von vielen ÖsterreicherInnen konsumiert werden – sei es online oder in gedruckter Form – und ein wesentlich höheres Vertrauen genießen als beispielsweise Nachrichten auf den Social-Media-Plattformen. Den ÖsterreicherInnen steht ein breites Angebot an Tageszeitungen zur Verfügung – von der Gratiszeitung, die in U-Bahn-Stationen und anderen öffentlichen Plätzen aufliegt, über Boulevard-Zeitungen bis hin zur Qualitätszeitung. Deren leichte Zugänglichkeit und digitale Verfügbarkeit stellen ebenso einen erheblichen Vorteil gegenüber anderen Materialien für (sprach-)wissenschaftliche Untersuchungen dar.

1.3 Forschungsstand und Forschungslücke

Dialekte des Deutschen stehen nun seit ungefähr fünfzig Jahren im Interesse der soziolinguistischen Forschung. Seit Anfang der siebziger Jahre des 20. Jahrhunderts erschienen zahlreiche Beiträge zu soziolinguistischen Aspekten der Dialektsprachlichkeit – unter anderem zur sozialen Bedeutung der Dialekte, zu den nationalen und regionalen Besonderheiten der Dialekt-Standard-Diglossie etc. Die Frage der Stadtdialekte wurde neu aufgeworfen, dialektbezogene Spracheinstellungen und deren linguistische Relevanz, die Art und das Ausmaß der Dialektalität (dialektale Bandbreite) wurden gemessen (vgl. Löffler 2016:127).

In der **jüngeren Dialektforschung** stehen nicht mehr die standardfernsten Basisdialekte im Vordergrund, sondern vermehrt regionale Sprachformen, welche im mittleren Bereich des Standard-Dialekt-Kontinuums angesiedelt sind (vgl. Plewnia / Rothe 2012: 9) oder Komponenten von „regionalsprachen“ darstellen (vgl. Schmidt / Herrgen 2011). Auch Kallenborn verortete 2011 zwei Trends in der jüngeren dialektologischen und variationslinguistischen Forschung: die Abrückung von der ausschließlichen Erforschung der Basisdialekte zum einen und die Konzentration auf die Analyse der regionalsprachlichen Register zum anderen. Einen anderen Trend nehmen

Schneider/Spiekermann/Till (vgl. 2011) im Bezug auf die Laiendialektologie wahr: neuere methodische Ansätze bieten Möglichkeiten zur Erforschung des Dialektwissens und der Wahrnehmung von Dialekten durch linguistische Laien. Dies kann unter anderem der Beschreibung von Sprachvariations- und Sprachwandelphänomenen dienlich sein.

Das wissenschaftliche Interesse an metasprachlichem Wissen und Äußerungen über Sprache von Individuen und Personengruppen ist also vergleichsweise jung (vgl. Spitzmüller 2005: 9 ff.; Antos / Niehr / Spitzmüller 2019). **Spracheinstellungen** avancierten in den 1980er Jahren zu einem „Hot Topic“ der Soziolinguistik. Vorrangig konzentrierte man sich hierbei auf deren Relevanz für den Spracherwerb, das Sprachverhalten sowie die Entwicklung von Sprachen und Varietäten (vgl. Tophinke / Ziegler 2006: 205). Methodisch überwiegen Elizitierungstechniken wie direkte Interviews oder indirekte experimentelle Verfahren, die den/die SprecherIn dazu bringen, Spracheinstellungen sprachlich oder auf andere Weise auszudrücken (vgl. Tophinke / Ziegler 2014: 206). Die „Matched-Guise-Technik“ von Lambert (vgl. 1960) findet nicht nur in der Soziolinguistik, sondern auch in der Sozialpsychologie bis heute Verwendung. Sie wurde bereits zu Beginn der 1960er Jahre entwickelt und dient der Erfassung von subjektiven Bewertungen von SprecherInnen, deren Stimme den ProbandInnen mittels Tonbandaufnahmen vorgespielt wird.

Die theoretische und methodische Weiterentwicklung in Sachen Spracheinstellungen wurde insbesondere von Fishman, Lambert und Giles vorangetrieben (vgl. Casper 2002: 21). Ein **diskursiver Ansatz** wird erst seit Giles / Coupland (1991) verfolgt. Seitdem wurden einige diskursive Untersuchungen zu Spracheinstellungen durchgeführt. Winter stellte 1992 explorative Überlegungen zur Diskursanalyse als Methode für die Erhebung und Analyse von Spracheinstellungen vor. Die Datenbasis für diese Untersuchung bildet eine Reihe von Gruppendiskussionen unter weiblichen und männlichen Sprechern mit anglo-australischem und griechisch-australischem Hintergrund, in denen verschiedene Fragen der Sprachplanung und -politik in einem australischen Kontext diskutiert wurden (vgl. Winter 1992). Riehl (2000) führte leicht strukturierte Interviews mit 50 Gewährspersonen aus verschiedenen Teilen Deutschlands durch. Sie fand heraus, dass SprecherInnen bestimmter Varietäten als Stereotype gespeichert sind, dies den Äußernden jedoch bewusst ist und von ihnen daher durch bestimmte Strategien abgeschwächt oder legitimiert wird.

Soukup (2009) untersucht mittels einer Diskursanalyse die Wechselbeziehung zwischen Spracheinstellung und -gebrauch. Als Korpus dienen dabei 34 Ausgaben der österreichischen Fernsehsendung „Offen gesagt“. Die Analyse zeigt, dass Dialekt von SprecherInnen gezielt dann eingesetzt

wird, wenn sie jemand anderen für negative Zwecke zitieren oder kommentieren. Die Autorin verortet hier eine dialogische Wechselbeziehung zwischen der sozialen Bedeutung und gängigen Stereotypen, die mit Dialekt verbunden sind, sowie dem Einsatz von Dialekt als rhetorisches Stilmittel.

Liebscher / Dailey-O’Cain (2009) kommen zu dem Schluss, dass Einstellungen werden durch Interaktion konstruiert und zu Ideologien geformt werden. Die Sprechenden tragen hierzu unwillkürlich bei, indem sie diese Ideologien bekräftigen oder abschwächen. Die Äußerung von Spracheinstellungen in einer Interaktion ist notwendigerweise ein Mittel, um sich selbst innerhalb der Gesellschaft zu positionieren. Arendt (2010) unterscheidet für ihre diskursanalytische Untersuchung von Spracheinstellungen zwischen drei Teildiskursen: dem Laiendiskurs, dem Printmediendiskurs und dem Politikdiskurs. Bei der Auswertung „reflektierender Interviews“ mit Laien identifiziert sie insgesamt 17 verschiedene Topoi, welche für die Argumentation für oder gegen die Verwendung von Dialekt herangezogen werden. Für die Analyse des Mediendiskurses untersucht sie verschiedene Textsorten auf die Bezeichnungen für „niederdeutsch“ und im Politikdiskurs Texte der Europäischen Charta der Regional- oder Minderheitensprachen und die deutschen Berichte zu ebendieser auf die darin enthaltenen Topoi.

Bei Tophinke / Ziegler (2014) werden die Kommentarspalten eines Gameblogs als Korpus herangezogen und spontane Dialektthematisierungen analysiert. Sie ziehen das Fazit, dass Spracheinstellungsäußerungen nicht isoliert, sondern nur in ihrer prozesshaften, interaktiven Hervorbringungen und auf den Gesprächspartner ausgerichteten Perspektivierung beschrieben werden können. Die entsprechende Kategorisierung der Laien zeigt in dieser Untersuchung häufig stereotypische Zuschreibungen.

Sprachbewertungen in der Öffentlichkeit und somit auch den Medien werden in der Regel nicht von LinguistInnen getätigt, sondern von linguistischen Laien. **Studien zur Laienlinguistik sowie zur laienlinguistischen Sprachkritik und -reflexion** (vgl. Antos 1996; Paul 1999; Spitzmüller 2005; Roth 2005; Kilian / Niehr / Schiefe 2010; Schneider 2011) zeigen deutliche Schnittstellen zwischen der öffentlichen Thematisierung von Sprache und Kommentaren von SprecherInnen, welche in einem deutlichen Widerspruch zu linguistischen Sprachkonzepten stehen (vgl. Arendt 2019: 334).

Diverse bereits durchgeführte **Untersuchungen im Bereich der Wahrnehmungsdialektologie** (vgl. Moosmüller 1987 und 1991; Hundt 1992; Soukup 2009; Siebenhaar 2010; Bellamy 2012) haben ergeben, dass Dialekt und Standardsprache bei den ÖsterreicherInnen – je nach Kontext – über unterschiedlich hohes Ansehen verfügen. So ruft der Gebrauch von dialektalen Varietäten zum einen negative Konnotationen wie mangelnde Intelligenz oder geringeres Bildungsniveau hervor, wird zum anderen aber auch des Öfteren romantisiert und mit positiven Eigenschaften wie Bodenständigkeit, Freundlichkeit und Aufrichtigkeit in Verbindung gebracht. Die Verwendung von Standardsprache ruft hingegen bei den GesprächspartnerInnen eher Assoziationen mit höherer Bildung, Status und Vornehmheit hervor, aber auch solche mit Arroganz, Überheblichkeit und Unnahbarkeit.

Im Interesse der sprachwissenschaftlichen Forschung stehen vor allem neuartige oder aber weit verbreitete Medien wie Presse, Radio, Fernsehen und Internet. Neben zahlreichen Einzeluntersuchungen existieren mehrere Gesamtdarstellungen zu **Sprache in den Massenmedien** (vgl. u.a. Schmitz 2004; Bucher 1999; Polenz 1999). Auch zu den einzelnen Medien gibt es verschiedene einschlägige Untersuchungen (vgl. u.a. Kaiser 2006 zum Fernsehen; Burger 1990 zu Fernsehen und Hörfunk; Christen 2012 zu Werbung in Medien; Herz 1983 zu Tageszeitungen).

Wie dieser kurze Abriss der Forschungsgeschichte und insbesondere der jüngeren Forschung im vorliegend fokussierten Bereich der Dialektologie zeigt, beschäftigen sich die meisten Studien bis dato mit der Wahrnehmung von gesprochenem oder geschriebenem Dialekt, meist einhergehend mit einer Bewertung durch die RezipientInnen wie das Ziehen von Rückschlüssen auf den/die SprecherIn und seine/ihre soziodemographischen Merkmale oder die Sympathie für/Antipathie in Bezug auf den Dialekt.

Wenngleich zu den meisten Teilaspekten des vorliegenden Forschungsvorhabens bereits Untersuchungen vorliegen, so fehlt es jedoch an Studien zur Darstellung von Dialekt und seinen SprecherInnen in den (Print-)Medien. Die Vermittlung respektive Reifikation von Spracheinstellungen und Stereotypen zum Thema Dialekt durch Dritte (in diesem Fall PrintjournalistInnen) ist bis dato in dieser Form noch nicht Gegenstand von Untersuchungen gewesen. Hier soll diese Masterarbeit ansetzen und einen Beitrag zu einem doch recht umfangreichen Forschungsfeld leisten, indem eine Forschungslücke erschlossen und offen gebliebene einschlägige Fragestellungen in Angriff genommen werden.

1.4 Forschungsfragen

Vor dem Hintergrund des rezenten Forschungsstandes und gemäß dem Ziel des Forschungsvorhabens vorliegender Masterarbeit wurden die folgenden drei Forschungsfragen und dazugehörigen forschungsleitenden Annahmen formuliert:

FF1. Welche (varietätenspezifischen) Konzepte und „soziale Bedeutung“ (Attitüden, Stereotype, Ideologeme, ...) reflektieren in den untersuchten Printmedien veröffentlichte Artikel, Glossen, Kommentare (unter Berücksichtigung des dabei veröffentlichten Bildmaterials) hinsichtlich der „Dialekte“ in Österreich und deren SprecherInnen?

Angesichts des derzeitigen Forschungsstandes und bisher erhobener Daten lässt sich vermuten, dass die Darstellung von „Dialekten“ in den untersuchten Printmedien auf tradierte Einstellungen und Stereotype fußt und diese sowohl verbal als auch visuell abbildet. Dazu gehört beispielsweise die Zuschreibung von Attributen wie Bodenständigkeit, Freundlichkeit und Aufrichtigkeit zu DialektsprecherInnen bzw. die Vorstellung vom Dialekt (mit Ausnahme des „Wienerischen“) als „Bauernsprache“.

Die zweite Forschungsfrage bezieht sich auf bestimmte sprachliche Mittel, welcher sich JournalistInnen - bewusst oder unbewusst - bedienen. Auf diskursanalytischer Basis soll herausgearbeitet werden, wie sich die in FF1 fokussierte diskursive Konstruktion der „sozialen Bedeutung“ von „Dialekten“ sprachlich manifestiert.

FF2. Lässt sich in diesem Zusammenhang die Funktionalisierung bestimmter sprachlicher Mittel (z. B. Metaphorisierung, Framing, ...) identifizieren?

Man kann davon ausgehen, dass sich im Zusammenhang mit der Darstellung von Dialekt und seinen SprecherInnen bestimmte sprachliche Mittel identifizieren lassen. Interessant hierbei wird der Vergleich zwischen verschiedenen Printmedien mit unterschiedlichen Zielgruppen und die Frage, wie sich diese sprachlichen Mittel – sofern tatsächlich identifiziert – von Medium zu Medium unterscheiden.

Für die geplante Untersuchung soll die traditionelle Aufteilung zwischen sogenannten Qualitätszeitungen und der Boulevardpresse berücksichtigt werden und ein Vergleich hinsichtlich der Darstellung von „Dialekt“ und seinen SprecherInnen gezogen werden. Eine Sonderstellung nimmt hier das recht neue Format der Gratiszeitung ein, welches durch eine große Reichweite und eine breit

gefächerte soziodemographische Zusammensetzung der LeserInnenschaft besticht und daher ebenso Beachtung finden soll. Forschungsfrage 3 wurde daher wie folgt formuliert:

FF3. Welche Parallelen und Unterschiede zeigen sich in der Darstellung von „Dialekten“ in Österreich und deren SprecherInnen zwischen der jeweils untersuchten (s. zum Korpus 4.) **„Qualitäts-“, „Gratis-“ und „Boulevardzeitung“** (unter Berücksichtigung von Ressorts und Artikeltypen)?

Als mögliche Gemeinsamkeit der drei verschiedenen Kategorien von Zeitungen bietet sich die Tatsache an, dass alle mit Stereotypen arbeiten. Diese werden bei der Qualitätszeitung unter Umständen auch ironisch eingesetzt (beispielsweise im Artikeltyp „Kommentar“). Es lässt sich jedoch vermuten, dass Boulevard- und Gratiszeitung stärker mit Stereotypen arbeiten, da diese einerseits eine vereinfachende Wirkung haben und weiters schlicht weniger Raum bleibt, um Sachverhalte zu elaborieren.

Bezüglich der Bewertung von Dialekt und seinen SprecherInnen bestehen zwei grundsätzlich entgegengesetzte: einerseits könnte man annehmen, dass die Boulevardzeitung in ihrer LeserInnenschaft eher DialektsprecherInnen verortet als die Qualitätszeitung und diese somit insgesamt positiver darstellt. Andererseits wäre es ebenso möglich, dass aufgrund eines höheren Grads an Stereotypisierung ein negativeres Bild gezeichnet wird.

2. THEORETISCHER TEIL

Der Theorieteil dieser Arbeit wird ausgehend von einer etisch-linguistischen Perspektive auf die (bezüglich des Deutschen fokussierte) Sprachsituation in Österreich über einschlägige attitudinal-perzeptive Zugänge bis hin zu einer medienwissenschaftlichen Sicht das Theoriefeld, in welches die vorliegende Arbeit und ihr Gegenstand eingebettet sind, umspannen.

2.1 Die sprachliche Situation in Österreich

Es existieren unzählige Konzepte und Ansätze, die jeweils verschiedene Blickwinkel auf die deutsche Sprache einnehmen. Löffler beantwortet die Frage "Was ist Deutsch?" relativ klar aus einer sprachhistorisch-genealogischen Perspektive: „Deutsch ist jene aus dem Westgermanischen durch die Hochdeutsche Lautverschiebung herausgelöste Dialektgruppe, aus der sich seit dem 15. Jahrhundert eine überregionale Schriftsprache gebildet hat mit mehreren Varianten im gesprochenen Bereich.“ (Löffler 2016: 55).

Wiesinger (vgl. 2015: 91) weist ebenfalls auf die Vielfalt der deutschen Sprache hin. Diese ist nicht zuletzt durch ihre Verteilung über den gesamten deutschen Sprachraum (Österreich, Deutschland, Schweiz, Ostbelgien, Liechtenstein, Südtirol und Luxemburg), in dem sie geschrieben als Schriftsprache und gesprochen als sogenanntes Hochdeutsch existiert, keine „Einheitssprache“. Kloss prägte (vgl. 1978: 66) den Begriff der "plurizentrischen" Sprache. Eine plurizentrische Sprache zeichnet sich dadurch aus, dass diese in mehr als einem Land als nationale oder regionale Amtssprache in Gebrauch ist und sich dadurch standardsprachliche Unterschiede herausgebildet haben. Neben dem Deutschen trifft dies zum Beispiel auch auf das Englische (unterschiedliche Ausprägung der Standardsprache in den USA, Großbritannien, Kanada, Australien und Neuseeland), das Französische, das Spanische oder das Portugiesische zu (vgl. Ammon et al. 2004:31).

Österreich hat nun wiederum Anteil an zwei größeren Dialektgebieten des deutschen Sprachraums: am alemannischsprachigen Gebiet im äußersten Westen (= das Bundesland Vorarlberg sowie einige wenige Dörfer des Tiroler Außerferns) und am bairischen Gebiet im restlichen Land (vgl. Kaiser / Ender 2014: 11). Die sprachliche Grundlage des in Österreich gesprochenen Deutsch bildet also größtenteils die bairisch-österreichische Mundart. Vorarlberg nimmt somit in sprachlicher Sicht eine Sonderstellung innerhalb Österreichs ein. Die verschiedenen Dialektgebiete Österreichs werden in Abb. 1 graphisch dargestellt. Die Karte zeigt dabei die Teilung zwischen den beiden

genannten dialektalen Großräumen sowie ein Übergangsgebiet. Der bairische Dialektraum in Österreich lässt sich nochmals in den mittelbairischen, süd-mittelbairischen, südbairischen sowie (west-)mittelbairischen Teil aufteilen.



Abb. 1: Dialektkarte Österreich

Jede/r ÖsterreicherIn bedient sich je nach Herkunft, Alter, Geschlecht, Bildung, sozialer Schicht, Gesprächspartner und Situation unterschiedlicher Formen der gesprochenen und geschriebenen Sprache Deutsch. Trotz des fließenden In-einander-Überlaufens der verschiedenen Sprachformen regulieren gesellschaftliche Konventionen, welche Form in bestimmten Kontexten bzw. Funktionen adäquat sind. Hieraus ergeben sich unterschiedliche soziale Bedeutungen der entsprechenden Sprachformen (vgl. Wiesinger 1988: 18).

Die wenigsten ÖsterreicherInnen beschäftigen sich zwar in ihrem Alltag aktiv mit der Beantwortung der Frage nach einem „österreichischen Deutsch“. Das Gegensatzpaar Standardsprache versus Dialekt ist jedoch den meisten geläufig, wenngleich die Wahl der einen oder anderen Sprachgebrauchsform je nach Gesprächspartner und -situation eher selten als reflektierte Entscheidung gewertet werden kann (vgl. Wiesinger 1988: 20). Zwischen den beiden Extrempolen des Variationspektrums liegen regional geprägte, unterschiedlich dialektale, sprechsprachliche Formen. Dieser zwischen Basisdialekt und Standard aufgespannte Bereich kann grob in regiolekte Sprechlagen und standardsprachliche Sprechlagen unterteilt werden. Die meisten SprecherInnen sind sich dieses

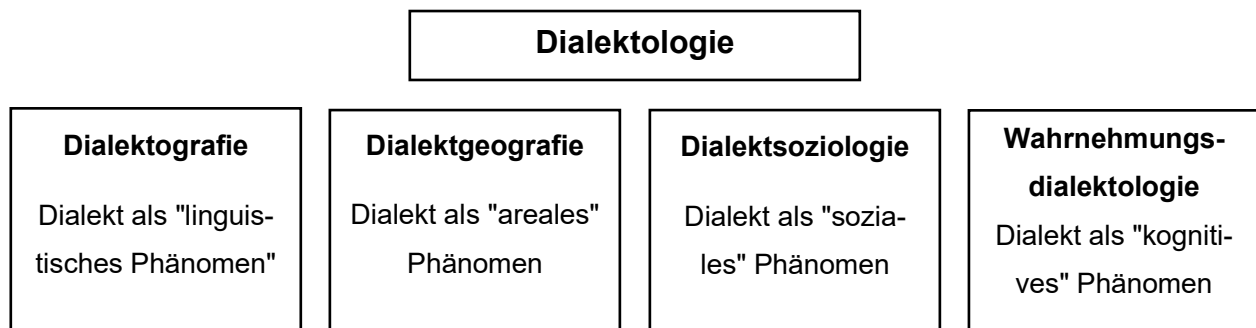
mittleren Bereichs jedoch kaum bewusst und können ihn auch nur schwer bezeichnen und konzeptionell erfassen (vgl. Plewnia / Rothe 2012: 9).

Christen et al. (2010: 16) nehmen an, dass es sich bei „Hochdeutsch“ nicht um ein einheitliches Konzept handelt, sondern plädieren für verschiedene mentale Hochdeutsch-Modelle, die im Vorstellungsrepertoire der SprecherInnen angelegt sind: z.B. NachrichtensprecherInnen-Hochdeutsch, Parlaments-Hochdeutsch, Politiker-Hochdeutsch, Sprachspott-Hochdeutsch, Ferien-Hochdeutsch und viele mehr. Moosmüller (vgl. 1991: 28) weist darauf hin, dass für die Herausbildung dessen, was in Österreich als „hochsprachlich“ angesehen wird, nicht nur die Anerkennung einer bestimmten Varietät als überregional von Interesse ist, sondern auch die Zuordnung dieser Varietät zu sozial gehobenen Schichten, da besonders deren Zugehörige als RepräsentantInnen einer „Hochsprache“ eingestuft werden.

Der sprachliche Einfluss des politischen und kulturellen Zentrums Wien auf die allgemein geltende österreichische Umgangssprache ist groß. Metzler (vgl. 1988: 211) weist darauf hin, dass sich dieser Einfluss bis in die westlichsten Bundesländer Tirol und Vorarlberg zieht. Für WienerInnen gilt, dass jede Varietät außerhalb Wiens - und insbesondere jene des südbairischen Sprachraumes - als Dialekt wahrgenommen wird (Moosmüller 1991: 21).

2.2 Dialektologie des Deutschen

Die traditionelle (überwiegend philologisch-strukturalistische) Dialektologie befasste sich u. a. mit „objektiv“ messbaren und in der Zeit veränderlichen Grenzen zwischen Dialektgebieten. Während zu Beginn eher der dialektale Pol des in Kapitel 2.1 beschriebenen Kontinuums, also die Basisdialekte, untersucht wurden, rückten in der jüngeren Zeit eher die mittleren Sprachlagen in den Fokus (vgl. Plewnia / Rothe 2012: 108). Bei Anders (vgl. 2010a: 68) findet sich eine Unterteilung der Dialektologie in vier verschiedene Forschungszweige:



Während die Dialektografie regionale Varietäten linguistisch beschreibt, fokussiert sich die Dialektgeografie auf die Beschreibung der arealen Ausbreitung der regionalen Varietäten. Für das vorliegende Forschungsvorhaben sind insbesondere die letzten beiden Facetten der Dialektologie von Interesse, welche Dialekt als soziale und kognitives Phänomen untersuchen.

Bereits seit geraumer Zeit rücken in immer systematischerer Weise subjektive Aussagen linguistischer Laien über ihre Sprache und die Sprache anderer in den Fokus der Dialekt-Forschung. Dabei lässt sich unter anderem beobachten, dass linguistische Laien Dialektgebiete anders eingrenzen und auch anderen sprachlichen Kriterien folgen (vgl. Schneider / Spiekermann / Till 2011: 235). In der Wahrnehmungsdialektologie werden daher „sowohl die individuellen als auch die sozialen sprachbezogenen Wissensbestände in Form von individuellem Laienwissen und kollektivem sozialen Wissen als laienlinguistisches Alltagswissen untersucht“ (Anders 2010a: 71). Diese Subdisziplin der Dialektologie befasst sich nach Anders (vgl. 2010a: 72) unter anderem mit

- laienlinguistischen Aussagen über Dialekträume,
- der Vorstellung von zwei diametral verlaufenden Spracherscheinungsformen („Hochdeutsch“ und „Mundart“),
- der Aktivierung von sozialem Stereotypisierungspotenzial (z. B. Menschen mit höherem Bildungsgrad sprechen „Hochdeutsch“),
- dem Bewusstsein über verschiedene kommunikative und situative Reichweiten des eigenen Sprachgebrauchs (z. B. Verwendung von „Hochdeutsch“ im Beruf, um Professionalität zu signalisieren),
- Vorlieben des eigenen Sprachgebrauchs bis hin zum persönlichen Appell (z. B. so oft wie möglich Mundart bzw. „Hochdeutsch“ sprechen) und
- der Bildung kausaler Zusammenhänge von Negativbewertung und schlechter Artikulation.

Hundt (vgl. 2018:106) weist darauf hin, dass bislang noch nicht genau definiert und abgegrenzt wurde, was unter einem linguistischen Laien bzw. Laienwissen genau zu verstehen ist. Er hält dennoch fest, dass sich beim Interesse am Laienwissen zu Dialekten alle relevanten Aspekte im Blick sind. Er nennt hierbei die folgenden vier Bereiche, welche sich derzeit im Fokus des Forschungsinteresses befinden:

1. Phonologische/morphologische/syntaktische/lexikalische Merkmale,
2. Verortungen der Sprechweisen im (mentalkonstruierten) Raum,

3. Außersprachliche Merkmale, die mit Dialekten verbunden werden,
4. Einstellungen gegenüber Dialekten und deren SprecherInnen.

Wegen des schwer zu bestimmenden Einflussfaktors der individuellen Erfahrung auf das laienlinguistische Alltagswissen entstehen in der deutschsprachigen Wahrnehmungsdialektologie immer wieder Berührungspunkte mit der soziolinguistischen Einstellungsforschung, in der Spracheinstellungskonzepte und ihre Beschaffenheit fokussiert werden (vgl. Anders 2010b: 44). Das folgende Kapitel widmet sich daher der Sprachbewertung und den damit verbundenen Einstellungen, Stereotypen und Ideologien.

2.3 Sprachbewertung

In den vergangenen Jahren wurden von der empirischen Sozialforschung sowie in zunehmendem Maße auch von der Soziolinguistik Verfahren entwickelt, um gruppenhafte Meinungen (Attitüden) und (Vor-)Urteile (Stereotype) über sich und andere sowie das sprachliche und nichtsprachliche Verhalten und weitere Charakteristika zu erheben (vgl. Löffler 2016: 42). Löffler bezeichnet diese kollektiven Meinungen und Urteile als "in hohem Maße handlungssteuernd und damit wirklichkeitsbestimmend" (ebd.).

Subjektive Einstellungen gegenüber bestimmten Sprachvarietäten und ihren SprecherInnen gehören laut Löffler (vgl. 2016: 138) zwar grundsätzlich in den Bereich der Sprachpsychologie, werden jedoch zunehmend als objektive Faktoren angesehen. Man unterscheidet hierbei zwischen der Selbsteinschätzung und der Fremdeinschätzung. Als Beispiele für Fremdeinschätzung nennt Löffler die Dialekt-Beliebtheitsskalen. Solche Umfragen werden auch regelmäßig in Österreich durchgeführt und meist in verschiedenen Tageszeitungen publiziert. Diese Rankings fragen meist nach dem beliebtesten, sympathischsten oder auch erotischsten Dialekt Österreichs.

Traditionellerweise werden also Standard- und Dialektgebrauch mit gewissen SprecherInnen-Merkmalen assoziiert. So wird der Standard in der „Mittel- und Oberschicht“, aber auch bei „Gebildeten“ verortet (vgl. Spiekermann 2008: 27). Verstärkte Dialektverwendung geht laut Steinegger (vgl. 1998: 168) jedoch nicht nur mit Vorstellungen hinsichtlich der unteren sozialen Schichten einher, sondern auch mit der Zuordnung zu gewissen Berufsgruppen sowie den damit verbundenen Kommunikationserfordernissen, dem Grad an Mobilität, dem Wohnort sowie Alter und Geschlecht der betreffenden Person. In der sogenannten Differenzhypothese vertrat Bernstein (vgl. 1971: 63f.)

die Ansicht, dass sich die Sprache verschiedener Gesellschaftsschichten unterscheidet. Manche Situationen verlangen den Gebrauch der Standardsprache und wenn ein Kind diese nicht verwendet, entsteht dadurch speziell in Bildungssituationen ein Nachteil. Weiters vertrat Bernstein die Ansicht, dass die Fähigkeit, über Sprache zu sprechen (also Meta-Sprache zu verwenden), bei Kindern aus sozial niedrigeren Schichten eher seltener vorhanden ist. Es ist allerdings wichtig, darauf hinzuweisen, dass nicht etwa die Sprache selbst, das grammatische System oder die Sprachkompetenz, die dazu führen, dass SprecherInnen von Unterschicht-Varietäten eine schlechtere gesellschaftliche Position haben, sondern das negative Ansehen, mit welchem Element der sprachlichen Varietäten sowie der Sprachperformanz der Unterschicht verbunden sind (vgl. Adaktylos 2007: 54).

Bei Schoel / Stahlberg (2012: 205 f.) werden weitere Faktoren der Sprachbewertung genannt, welche die Autorinnen in mehreren Studien erhoben. Sie verwendeten hierfür in Bezug auf die Sprache die Subskalen *Wert*, *Klang* und *Struktur* sowie *Kompetenz* und *Wärme* für die SprecherInnenbewertung. Verschiedene Untersuchungen zeigen, dass Standardvarietäten häufig höhere Bewertungen hinsichtlich der ästhetischen Merkmale erzielen und im Vergleich mit Non-Standardvarietäten als „positiver“ und „schöner“ wahrgenommen werden. Standard-SprecherInnen wird tendenziell ein höherer Status sowie mehr Prestige und Kompetenz zugesprochen. Geht es jedoch um die Zuschreibung von Solidarität und Wärme, zeigt sich oft ein umgekehrtes Bild – Non-StandardsprecherInnen schneiden hier besser ab.

Die Soziolinguistik versucht herauszufinden, ob bestimmte sprachliche Merkmale die Wahrnehmung und Einstellungen der HörerInnen beeinflussen. Forschungsergebnisse deuten darauf hin, dass solche Phänomene nicht immer gleich gewichtet werden und Spracheinstellungen sich sehr spezifisch auf einzelne sprachliche Merkmale beziehen (vgl. Preston / Robinson 2005: 136).

2.3.1 Spracheinstellungen/Attitüden

Die Frage, wie Sprache bewertet wird und welche Faktoren diese Bewertung beeinflussen, versucht man auf Basis des sozialpsychologischen Konzept der Einstellungen bzw. Attitüden zu beantworten. Der Begriff der Einstellung bezieht sich hierbei meist auf eine „zusammenfassende Bewertung einer Person, eines Objektes oder eines Konzeptes, im vorliegenden Szenario also die deutsche Sprache“ (Schoel et. al. 2012: 163). In sozialpsychologischen Bewertungsmodellen wird davon ausgegangen, dass Einstellungen mit der Bewertung von Dingen oder Sachverhalten eng verknüpft

sind. Sobald Einstellungen einmal etabliert sind, erleichtern sie die zukünftige Bewertung, indem sie bei der Konfrontation mit einem Gegenstand oder einer Situation aktiviert werden (vgl. Peter 2011: 53).

Ob und wann Einstellungen hervorgerufen werden, hängt wiederum von deren Stärke ab. Eine Einstellung ist umso stärker, je wichtiger sie für die betreffende Person ist und je sicherer sie sich ihrer ist. Dies variiert natürlich von Person zu Person. So können beispielsweise Bewertungen von Sprache für den Menschen sehr wichtig sein, während sie einem anderen gleichgültig ist. Insgesamt zeigt sich die Tendenz, dass direkte, also auf eigener Erfahrung beruhende, Einstellungen stärker ausgebildet sind als indirekte, die durch die Dritte (z.B. Schule oder Medien) vermittelt werden (vgl. Haddock/Maio 2007: 200).

Die Literatur unterscheidet zwischen expliziten und impliziten Einstellungen. Explizite Einstellungen sind bewusst und lassen sich auf Nachfrage in Worte fassen. Ihre Messung in wissenschaftlichen Experimenten ist dementsprechend einfacher und kann beispielsweise mittels Fragebogen erfolgen. Implizite Einstellungen hingegen sind nicht oder zumindest nicht vollständig bewusst und sind somit auch schwerer zu erheben. Dennoch können sie unser Verhalten maßgeblich beeinflussen. (vgl. Schoel et. al. 2012: 164). Besonders relevant werden in der Sozialpsychologie Einstellungen zu Personen und Gruppen gesehen. Hier setzt auch die Bewertung von Sprache an, da diese nie nur als „Sprache an sich“ wahrgenommen wird, sondern immer auch mit ihren SprecherInnen verbunden ist und Einstellungen sich oft auf ganze SprecherInnengruppen beziehen (vgl. Schoel / Stahlberg 2012: 206).

Für den Laien sind Korrelationen zwischen Personengruppen und ihren sprachlichen Eigenheiten offensichtlich. So werden Deutsche mit ihren harten, gutturalen Konsonanten schnell als harsch wahrgenommen, US-Südstaatler hingegen gelten als lässig und faul wegen ihrer lang gezogenen Vokale – um nur zwei Beispiele zu nennen (vgl. Preston / Robinson 2005: 133).

Eine weitere Unterscheidung innerhalb der Einstellungen besteht zwischen der affektiven (Gefühle gegenüber dem Einstellungsobjekt), der kognitiven (Wissen über das Einstellungsobjekt) und der konativen (persönliche Erfahrungen mit dem Einstellungsobjekt und daraus resultierende Informationen) Komponente. Peter (vgl. 2011: 64) skizziert diese umgelegt auf den Bereich Sprache wie folgt:

Einstellungsobjekt Sprache: Einzelsprachliche Varianten
--

Affektive Komponente Welche Emotionen löst das sprachliche Element in mir aus?	Kognitive Komponente Entspricht das Element der Norm? Was weiß ich darüber?	Konative Komponente Sage ich das selbst so?
--	---	---

Dieses sogenannte Dreikomponentenmodell beruht auf der Annahme, dass eine Einstellung die Bereitschaft ist, auf bestimmte Arten von Stimuli auf bestimmte Weise zu reagieren. Manche dieser Reize sowie die Reaktionen auf ebendiese sind messbar, dazwischen vermitteln die Einstellungen, die nicht direkt messbar sind. Hierbei wird eben zwischen affektiven Reaktionen (Emotionen, Zu- und Abneigung), kognitiven Reaktionen (Überzeugungen, Meinungen, Vorstellungen) oder konativen Reaktionen (Verhaltensabsichten, Handlungstendenzen) unterschieden. Die drei Einstellungskomponenten sind also drei verschiedene Arten von Reaktionen auf Einstellungsobjekte, mit deren Hilfe die zugrundeliegende Einstellung erschlossen werden kann (vgl. Casper 2002:30).

Fiedler / Kurzenhäuser (vgl. 2000:161) liefern zur Veranschaulichung ein Praxisbeispiel, nämlich die Einstellung zum Umweltschutz: die affektive Komponente bezieht sich dabei auf die (positive) Bewertung verschiedener Ziele wie Naturschutz oder Verminderung der Luftverschmutzung. Die kognitive Komponente ist das Wissen darüber, welche Maßnahmen und Verhaltensweisen für das Erreichen dieser Ziele notwendig sind. Natürlich ist es auch wichtig, dass die Person ihr eigenes Verhalten dementsprechend anpasst, um einen Beitrag zur Erreichung der Ziele zu leisten – die konative Komponente. Im Folgenden soll genauer auf die drei Komponenten eingegangen werden.

2.3.1.1 Affektive Komponente - Emotionen

Sprache und Emotion sind eng miteinander verknüpft. Peter bezeichnet die emotionale Einstellungskomponente als „das Ergebnis der (weitgehend) intuitiven, unbewussten Kategorisierung und Bewertung der körperlich-geistigen Syndromen, die durch die Konfrontation mit einem bestimmten Gegenstand oder Sachverhalt ausgelöst werden“ (Peter 2011: 103). Hierzu zählen weitestgehend alle emotionalen Erfahrungen, die ein Mensch in Bezug auf Sprache gemacht hat. Schwarz-Friesel (vgl. 2007: 84f.) geht davon aus, dass „permanente“ emotionale Einstellungen, die im Langzeitgedächtnis repräsentiert sind, Sprachproduktion und -rezeption konstant beeinflussen. Im

Gegensatz dazu werden sogenannte "aktuelle Einstellungen" in der Produktions- oder Rezeptions-situation ausgelöst und können daher auch von nur kurzer Dauer sein.

Plewnia / Rothe (vgl. 2011: 182) weisen auf die Schwierigkeiten hin, die bei der Erfassung von Spracheinstellungen auftreten können, insbesondere wenn sie im Zuge von Befragungen erhoben werden. Einstellungen sind subjektiv, komplex und unterschiedlich reflektiert. Zudem besteht die Problematik der Gleichsetzung eines „typischen Bayern“ mit „einem typischen Sprecher eines bairischen Dialekts“, welche eine starke Vergröberung darstellt. Zur Bewertung verschiedener SprecherInnentypen empfiehlt sich daher die Verwendung von bipolaren Skalen mit Gegensatzpaaren wie sympathisch/unsympathisch, freundlich/unfreundlich, gebildet/ungebildet und temperament-voll/ruhig.

2.3.1.2 Kognitive Komponente – Sprachnormen und -regeln

In der Sprachwissenschaft ist man sich einig, dass eine Normung der Sprache bis zu einem gewissen Grad notwendig ist, um die Kommunikationsmöglichkeiten zu sichern, aber auch das Erlernen der Sprache selbst zu ermöglichen (vgl. Oksaar 1968: 67). Normen steuern also den alltäglichen Sprachgebrauch. Sobald eine Sprachnorm erlernt wird, überführt der Lernende das beschriebene Sprachverhalten in seine Kompetenz und verwandelt es so in eine Sprachregel. Sprachnormen haben also das Ziel, den Sprachgebrauch zu vereinheitlichen, wobei Haas (vgl. 1998: 294) darauf hinweist, dass nicht jede Einheitlichkeit zwangsläufig durch Normen entstanden ist.

Das Sprachsystem lässt sich anhand von Regeln beschreiben. Huesmann (1998: 17) definiert Sprachregeln als „[...] die Beschreibung empirischer Regelmäßigkeiten konkret beobachtbarer sprachlicher Äußerungen, die keine soziale Dimension haben und damit nur quantifizierbar, nicht aber qualifizierbar sind“. Sprachliche Regeln beziehen sich sowohl auf die sprachlichen Mittel (z.B. Lautebene und Syntax) als auch auf die fassbaren kategorisierbaren und schematisierbaren Rahmenbedingungen sprachlicher Äußerungen und sind unabhängig von konkreten Äußerungssituationen gültig (vgl. ebenda).

Sprachgebrauchsnormen werden wie alle sozialen Normen durch sogenannte Sozialisationsprozesse vermittelt. Diese finden zuallererst im Elternhaus und im Kreise der Familie statt, setzen sich jedoch sekundär auch in Bildungseinrichtungen wie Kindergarten, Schule und Universität fort. Diese Institutionen prägen die normativen Strukturen der Gesellschaft, spiegeln sie aber auf der

anderen Seite auch wider. Die verschiedenen Instanzen der sekundären Sozialisation (insbesondere die Schule) sind entscheidend für die Prägung von Normvorstellungen hinsichtlich Standard- und Nonstandard-Varietäten, die hier wertend in Bezug zueinander gesetzt werden (vgl. Vergeiner et. al. 2019: 285).

Alle SprecherInnen haben also in gewisser Weise Vorstellungen von sprachlichen Normen und Regeln. Dabei geht es meist um die Gegensatzpaare richtig/falsch und (der Situation) angemessen/unangemessen. Alle Menschen bilden sich regelmäßig Werturteile über Sprache und sprachliches Verhalten. Nicht nur die Schriftsprache wird auf ihre grammatikalische und orthographische Richtigkeit überprüft, sondern auch die gesprochene Sprache des Alltags (vgl. Haas 1998: 285). Bei sprachkritischer Tätigkeit stehen Urteile und Normsetzungen mit unterschiedlichen Bewertungskategorien und -maßstäben wie Reinheit, (Grund-)Richtigkeit, Deutlichkeit, Wohlklang, Verständlichkeit oder Historizität in Verbindung. Diese Kategorien und Maßstäbe speisen sich aus verschiedenen kulturellen, regionalen, politischen und religiösen Modellen (vgl. Beuge 2020: 356).

SprecherInnen achten natürlich nicht nur bei anderen auf den korrekten Sprachgebrauch, sondern zuallererst bei sich selbst. So bemühen sich jene, denen das Idealbild einer korrekten Sprache sehr wichtig sind, die korrekte Standardsprache zu sprechen, von welcher man nur abweichen darf, wenn der Kontext es verlangt. Weicht man jedoch zu weit ab, entstehen in ihren Augen Fehler, man spricht dann Dialekt oder einfach eine „schlechte Sprache“. Für diese Personen ist es schwer zu verstehen, dass Non-Standard-SprecherInnen auf ihren „Fehlern“ beharren, und sie stempeln diese als dumm oder faul ab (vgl. Preston / Robinson 2005: 148).

2.3.1.3 Konative Komponente – Österreichische Identität

"Die spezifisch österreichische Varietät der deutschen Standardsprache stellt für die Mehrheit der ÖsterreicherInnen ein wichtiges identitätsstiftendes Moment für die Konstruktion ihrer jeweiligen österreichischen Identität dar." (de Cillia / Fink / Ransmayr 2013: 34) - dieses Zitat sagt schon einiges über die Beziehung der ÖsterreicherInnen zu ihrer Sprache aus. Plewnia / Rothe (vgl. 2011: 179) identifizieren Sprache ebenfalls als einen der zentralen Träger von menschlicher Identität. Jede sprachliche Äußerung trägt Informationen auf verschiedenen Ebenen. Jemand, der beispielsweise einen Dialekt spricht, wird zum einen als Repräsentant einer bestimmten regionalen Sprachform wahrgenommen und zum anderen auch eine Reihe an Stereotypen evozieren.

Ein wichtiger Faktor, der untrennbar mit Spracheinstellungen verbunden ist, ist also die Identität. Löffler verortet Ende der 1990er-Jahre eine „erneute Blüte der deutschen Dialekte“. Diese sieht er als Orientierungshilfen und Identitätssymbole für die drohende Verlorenheit im europäischen Verbund. Gleichzeitig vergrößert die Renaissance der Dialekte die kommunikative Kompetenz, indem diese den SprecherInnen mehrere Register für verschiedene sprachliche Anlässe zur Verfügung stellen (vgl. Löffler 1998: 79).

Das österreichische Deutsch spielt schon immer eine überaus wichtige Rolle im Kontext der österreichischen Identität. Sprache stellt für die ÖsterreicherInnen sowohl im öffentlichen als auch im privaten Diskurs ein identitätsstiftendes und auch stark emotionalisiertes Element dar. Dies betrifft unter anderem die Abgrenzung des österreichischen Deutsch zum Bundesdeutschen und die verschiedenen Varietäten des Deutschen innerhalb Österreichs (vgl. de Cillia / Ransmayr 2014: 59).

Moosmüller (1991: 155ff.) arbeitete in ihrer Studie auch den Unterschied zwischen städtischen und ländlichen Dialekten heraus und kommt zu dem Schluss, dass die ländliche Bevölkerung von den EinwohnerInnen der Städte ob ihrer Sprache belächelt, von oben herab behandelt und sogar diskriminiert wird. Damit einher geht jedoch – etwas paradox – die Romantisierung der bäuerlichen Lebensweise sowie der ländlichen Dialekte. Dialekt wird also dort toleriert, wo er mit einer „gewissen folkloristischen Exotik“ assoziiert werden kann, was natürlich auf den Land häufiger der Fall ist als in der Stadt. Zudem wird Dialekt bei den österreichischen StädterInnen immer mit sozialen Unterschichten identifiziert. Bei Ehn (1989, zit. nach Moosmüller ebd.) wird bestätigt, dass Romantisierungen durchaus häufig gemeinsam mit oder in Folge von Diskriminierungsprozessen auftreten. Diese haben zumeist lange historische Traditionen und dienen der Stigmatisierung von Minderheiten, bieten diesen jedoch gleichzeitig eine Möglichkeit zu Bildung von Identitätsnischen.

2.3.1.4 Einstellungsmodelle

Sprache repräsentiert zahlreiche implizite Informationen, die den Attributionsprozess der RezipientInnen leiten. Aus Attributionen entstehen Erwartungen, welche sich wiederum in Schemata verfestigen und die Wahrnehmung und Interpretation von Informationen lenken. Dieses Zusammenspiel von Sprache, Attribution und Kognition wird im Linguistischen Kategorienmodell von Semin und Fiedler (1988) modelliert. Diesem Modell zugrunde liegt die Annahme, dass die gewählte

Wortart maßgeblich die Erwartungen des Rezipienten beeinflusst: je abstrakter die Aussage, desto stabiler die Attribution, desto höher die Erwartung (vgl. Gütschow et. al 2010: 145).

Fiedler / Kurzenhäuser (vgl. 2000: 161f.) greifen die oben skizzierte Dekomposition von Einstellungen in Wissen, Affekt und Verhaltensrepertoire auf und wenden diese in Verbindung mit dem linguistischen Kategorienmodell auf die sprachliche Vermittlung von Einstellungen an. In der persuasiven Kommunikation (z. B. Zeitungsartikel, Werbung, Rede) wird zunächst die kognitive Komponente angesprochen und je nach Bedarf werden die anderen beiden wirksam.

Sprache ist ein wichtiges Mittel der Entscheidungsänderung, welches alle drei postulierten Komponenten umfasst: Sie ist ein enormer Speicher kulturellen Wissens und ein Zeichensystem zur Übermittlung von Wissen (kognitive Komponente); sie bietet neben der Möglichkeit zur expliziten Bewertung vielfältige implizite Wertungen und Konnotationen (affektive Komponente) und ist zudem eingebettet in ein permanentes interpersonales Kommunikationsspiel mit ganz bestimmten Verhaltensregeln (konative Komponente) (vgl. ebenda).

Purschke (vgl. 2015: 40ff.) präsentiert mit seinem REACT-Modell einen besonders innovativen Zugang zu (Sprach-)Einstellungen, welcher sowohl die konstruktivistische Kritik an der klassischen Einstellungstheorie als auch grundlegende Strukturierungsmuster der sozialen Interaktion, welche auch die Struktur und Dynamik von Einstellungen bestimmen, berücksichtigt. Er definiert Einstellungen als evaluative Routinen in sozialen Praxen. Dieses neue Theoriegerüst setzt sich aus den fünf zentralen Elementen Relevanz (**R**elevance), Evaluierung (**E**valuation), Aktivierung (**A**ctivation), Konstruktion (**C**onstruction) und Anvisieren (**T**argeting) zusammen, zu denen der Autor jeweils eine These aufstellt:

1. Relevanz: Einstellungen sind relevanzgesteuerte Sedimentationen im Wissensbestand

Es existieren zwei Basiskategorien für Urteile über Sprache: perzeptive Auffälligkeit (Salienz) lebensweltlicher Phänomene und die diesen zugestandene subjektive Relevanz (Pertinenz) für das eigene Handeln. Menschen fällen im Alltag immer wieder strukturell ähnliche Urteile über ähnliche Phänomene, sodass relevanzbasierte Hörerurteile bei entsprechender Pertinenz im individuellen Wissensvorrat gespeichert werden (vgl. Purschke 2014: 125 f.).

2. Evaluierung: Einstellungen sind routinemäßige Bewertungen lebensweltlicher Phänomene

Grundlage für die Ausbildung von Einstellungen im Sinne von habituellen Wissensstrukturen ist die Routinisierung der Hörerurteile in der lebensweltlichen Praxis. Bereits vorhandenes

(sedimentiertes) Wissen wird dabei bei vermehrtem Kontakt weiter und weiter aktualisiert, stabilisiert oder auch modifiziert (vgl. ebenda 127).

3. Aktivierung: Einstellungen erfordern ein hohes Maß an kognitiver Aktivierung

Um die qualitative Struktur der Hörerurteile besser bestimmen zu können, muss man sich mit der Aktivierung, also dem Gesamt an psychophysischen Erregungsmustern befassen, durch welche ein Individuum leistungsbereit wird. Emotion als zentralnervöses Erregungsmuster mit (kognitiver) Interpretation und Zielorientierung kennzeichnen eine Motivation. Diese bildet in Verbindung mit einer (kognitiven) Gegenstandsbeurteilung die Grundlage für Einstellungen (vgl. ebenda 127f.)

4. Konstruktion: Einstellungen sind situierte (Re-)Konstruktionen von symbolischer Bedeutung

Der Kern jeder Erkenntnis über die Wirklichkeit ist ein Akt der Symbolisierung, also ein Zeichengebungsprozess als Zuordnung von Pertinenz zu lebensweltlichen Phänomenen. Hörerurteile können als konstitutive Grundlage von Einstellungen verstanden werden, da sie einen solchen Zeichengebungsprozess darstellen. Einstellungen müssen jedoch nicht jedes Mal aufs Neue konstruiert werden, sondern können meist aus dem Wissen rekonstruiert werden (vgl. ebenda 128 f.).

5. Anvisieren: Einstellungen erfüllen spezifische Funktionen für die lebensweltliche Ausrichtung auf Handlungsziele

Das Individuum möchte seinem Universum eine angemessene Struktur geben. Das umfasst die Suche nach Sinn, das Bedürfnis zu verstehen, die Tendenz, Wahrnehmungen und Überzeugungen besser zu ordnen, um sich selbst Klarheit und Konsistenz verschaffen zu können. Die vier zentralen Funktionen von Einstellungen sind nach Purschke (vgl. 2014: 129 f.):

1. „Pragmatic intention“ zur praktischen Ausrichtung auf konkrete Handlungsziele in sozialen Interaktionen mithilfe geeigneter Mittel
2. „Self-maintenance“ zur Erhaltung eines konsistenten Selbstbilds
3. „Social identity“ zur Positionierung innerhalb sozialer Gruppen
4. „Symbolic structuring“ zur individuellen Selbstorganisation

Diese vier Funktionen gemeinsam erlauben, die relevanten Ziel-Domänen von Einstellungen exakt abzubilden.

2.3.2 Vorurteile und Stereotype

Die Begriffe *Einstellung* und *Vorurteil* werden in der Praxis oft synonym verwendet und mit den gleichen Methoden gemessen. In den meisten Definitionen werden Vorurteile als Unterkategorie von Einstellungen verstanden, die spezielle Eigenschaften besitzen. Dabei handelt es sich vorwiegend um negative Einstellungen gegenüber bestimmten Personen oder sozialen Gruppen. Bei Bergler (vgl. Casper 2002:58f., zit. nach Bergler 1976) finden sich beispielsweise die folgenden Merkmale „vorurteilhafter Einstellungen“:

1. Hohe Stabilität durch Unempfindlichkeit gegenüber neuen Informationen.
2. Vereinfachte Bewertungen und starke Übergeneralisierung.
3. Einfach, entlastend, ökonomisch.
4. Wahrnehmung und Informationsverarbeitung werden eingeengt.
5. Schutz der sozialen Identität, da Vorurteile Bestätigung der eigenen Sichtweisen liefern.

Im Gegensatz zu Vorurteilen sind Stereotype nicht unbedingt wertend. Der Begriff Stereotyp stammt aus dem Bereich der Sozialwissenschaften und ist auf den Publizisten Walter Lippmann zurückzuführen. Er definiert Stereotype als „gruppenspezifische konsensuelle Bilder in unseren Köpfen, die weitgehend bestimmen, welche Gruppen von Fakten wir sehen und in welchem Licht wir sie sehen“ (Lippmann 1922: 125). Schäfer (vgl. 1994: 468) fügt dieser Definitionen einen weiteren Aspekt hinzu, indem er darauf hinweist, dass Stereotype als konsensuelle Kategorisierungsmuster und zugehörige Attribuierungsschemata zu verstehen sind, die innerhalb einer Kommunikationsgemeinschaft Ko-Orientierung vermitteln. Sie ermöglichen den Mitgliedern dieser Gemeinschaft einen gemeinsamen Zugang zur „Welt“.

Ammon (vgl. 1995: 215) unterscheidet bei der Untersuchung von Stereotypen verschiedene Blickrichtungen. Das Stereotyp einer Person oder einer Gruppe von sich selbst wird als Autostereotyp bezeichnet, während das Heterostereotyp, das andere von ihr haben, divergieren kann. Das Stereotyp wirkt als Vorurteil im wörtlichen Sinn: Über ein Individuum wird vorab aufgrund des Stereotyps geurteilt, nicht erst nach eigener Erfahrung. Passt eine Person nicht in das stereotypische Bild der Gruppe, welcher sie angehört, wird sie zum Ausnahmefall erklärt. Dieser Mechanismus immunisiert das Stereotyp gegen Korrekturen und verhindert, dass es in Frage gestellt und überprüft wird. Dieses beharrliche Festhalten an Stereotypen hat einerseits mit ihrer für den Menschen außerordentlich wichtigen Orientierungsfunktion zu tun, andererseits aber auch mit ihrer Bedeutung für die Selbstwahrnehmung und damit oft verbundenen Selbstaufwertung (vgl. ebenda: 217).

In der Linguistik wird der Stereotyp-Begriff eher enger gefasst und mit „auffälligem formelhaftem Sprachgebrauch“ in Verbindung gebracht (Konerding 2001: 154). Ender et. al. (vgl. 2017: 108) schlagen die Thematisierung von sprachlichen Stereotypen im Sprachunterricht vor, um ein Verständnis für die zentrale Rolle der Sprache bei der sozialen Positionierung und Identitätsbildung aufzubauen. Durch das Erkennen von Stereotypen sowie das gemeinsame Hinterfragen kann ein diskriminierungsfreier Umgang mit sprachlicher Heterogenität ermöglicht und die Herabsetzung und Benachteiligung von SprecherInnen reduziert werden.

Soukup (vgl. 2008: 7) weist auf das Bewusstsein der ÖsterreicherInnen für allgemein verbreitete und durch Sozialisierung angeeignete sprachliche Stereotype hin. Durch die gezielte Verwendung von beispielsweise Dialekt in bestimmten Kontexten können deutliche rhetorische Effekte erzielt werden.

2.3.3 Sprachideologie

Die Sprachideologieforschung, deren Ursprünge in der US-amerikanischen „Linguistic Anthropology“ liegen, beschäftigt sich seit den 1980er Jahren mit sprachlichen Realisierungsformen, welche durch ideologische Aufladung als Embleme selektiert und etabliert werden, um soziale Unterscheidungen und Kategorisierungen vorzunehmen und begründen zu können. Darüber hinaus beschäftigt sie sich mit den Auswirkungen solcher Verknüpfungen von sprachlichen und nichtsprachlichen Phänomenen auf Sprachdynamik und -wandel (vgl. Antos / Niehr / Spitzmüller 2010: 109).

Eine oft zitierte Definition von Sprachideologie stammt von Silverstein und bezeichnet diese als „sets of beliefs about language articulated by users as a rationalization or justification of perceived language structure and use“ (Silverstein 1979: 193). Im Gegensatz zu Spracheinstellungen sind Sprachideologien dauerhafter im Bewusstsein verankert (vgl. Blommaert / Verschueren 1998a: 25). Ein weiterer wesentlicher Aspekt von Sprachideologien ist, dass sie zwischen sozialen Strukturen und Sprachgebrauchsweisen vermitteln. SprecherInnen unterscheiden und verknüpfen aufgrund ihrer Sprachideologien auf eine spezifische und selektive Weise Merkmale linguistischer Systeme mit jenen sozialer Systeme (vgl. Kroskrity 2000: 8).

Bei der Betrachtung von sprachideologischen Vorstellungen und Konzepten sollten auch deren historische Entwicklung berücksichtigt werden. So besteht die entsprechende Verbindung von „höherer“ Bildung und „Hochsprache“ im Deutschen in etwa seit dem 18. Jahrhundert. Dichtkunst und

literarische Bildung waren zu dieser Zeit untrennbar mit der „Hochsprache“ verbunden. So gingen beispielsweise Goethe und Wieland an die Universität Leipzig, um dort ihre Aussprache und Rhetorik zu verbessern. „Hochdeutsch“ war ein Standesmerkmal der gebildeten und vornehmen Kreise, welche mit dem Dialekt allenfalls im komischen Theater in Berührung kamen (vgl. Löffler 1998: 72).

Insbesondere im Zusammenhang mit Dialekt ist das Gegensatzpaar Prestige - Stigma von großer Bedeutung. Die Soziologie bezeichnet Prestige als soziales Ansehen, soziale Geltung oder Wertschätzung. Es ist an verschiedene Kategorien wie Beruf, Stellung, Schicht- oder Klassenzugehörigkeit als Bewertungsmaßstäbe geknüpft. Unter Stigma wird im Gegensatz dazu eine negative Beurteilung einer Person (oder Sache) verstanden, welche als gesellschaftlich nicht akzeptiert bewertet wird. Diese Konzepte sind auch auf die Soziolinguistik übertragbar, wobei allerdings nicht zuletzt auch Phänomene wie jenes der Jugendsprache gezeigt hat, dass sie nicht universell anwendbar sind und sprachliche Prozesse eigenen Regeln unterliegen (vgl. Huesmann 1998: 13).

Der Standardsprache wird im Allgemeinen eine positivere Bewertung durch die Sprachbenutzer diagnostiziert; sie gilt als die bessere, korrektere und „schönere“ Varietät und aufgrund ihres Status führt ihr Gebrauch zu einem Prestigegewinn des Sprachbenutzers (vgl. Spiekermann 2008: 27). Im Gegensatz dazu weist der Dialekt oftmals ein Stigma oder „Negativprestige“ auf. Knöbl (vgl. 2012: 23ff.) weist hierbei auf den Unterschied zwischen offenem und verdecktem Prestige hin. Negativ ist oft nur das offene Prestige des Dialekts, weshalb er nicht nur mit einem Sprachmängelbewusstsein, sondern auch mit Sprachselbstbewusstsein einhergehen kann. Darüber hinaus sind auch Prestige und Stigma kontextsensitive Klassifikationen.

2.3.4 Sprachkritik

Eng verbunden mit dem Konzept der Sprachideologie ist jenes der Sprachkritik. Diese kann entweder durch Linguisten oder Laien erfolgen. Politische und mediale Debatten drehen sich typischerweise um Fragen nach der „korrekten“ Sprache oder dem „richtigen“ Sprachgebrauch. Beispiele hierfür sind Konflikte um das Verhältnis von Mehrheits- und Minderheitensprachen, Debatten um den Status von Sprachen auf lokaler, regionaler, nationaler oder supranationaler Ebene, Forderungen nach sprachlicher „Korrektheit“ und Sprachpurismus (vgl. Busch 2019: 118).

Sprachpurismus ist nach Thomas (vgl. 1991: 12) die Manifestation des Wunsches eines Teils der Sprachgemeinschaft, ihre Sprache zu bewahren, und/oder sie von vermeintlichen Fremd- bzw. anderen unerwünschten Elementen zu befreien. Diese Elemente können auch Dialekte, Soziolekte oder Stilebenen der jeweiligen Sprache sein. Purismus kann auf alle sprachlichen Ebenen abzielen, betrifft aber vor allem die Lexik. Spitzmüller weist darauf hin, dass Sprachpurismus auch als Stigmawort verwendet wird (vgl. Spitzmüller 2005: 239f.).

Kritik am Dialekt wird in Österreich häufig in Zusammenhang mit Bildung thematisiert. Diese beginnt bereits mit dem Kindergarten und die dort arbeitenden PädagogInnen üben als unmittelbare Bezugspersonen – neben Eltern und anderen Familienmitgliedern – einen wichtigen Einfluss auf die Sprachentwicklung aus. Für den Kindergarten wird gefordert, mit den Kindern zumindest zu 90 Prozent in der Standardlautung zu sprechen. Die sprachliche Varietätenkompetenz soll allerdings mithilfe des Dialektes geschult werden. Zum "geduldeten Einsatzgebiet" des Dialektes gehören darüber hinaus, nach wissenschaftlichem Postulat, emotional behaftete Situationen, die von Vertrautheit und Nähe geprägt sind. Werden jedoch sprachliche Fähigkeiten (gerade im Hinblick auf den bevorstehenden Schuleintritt) vermittelt, soll wiederum Standardsprache verwendet werden (vgl. Knapp et al 2010: 40).

Eine von Kroisenbrunner (vgl. 2015: 127) in Salzburg durchgeführte Untersuchung zum Dialekt im Kindergarten ergab, dass PädagogInnen Dialekt tendenziell zwar als Sprachvarietät mit Defizitcharakter einschätzen, aber dennoch emotional stark damit verbunden sind. Sie sehen in der verwendeten Sprache im Kindergarten daher eine sehr hohe Wertigkeit und schwanken deshalb hinsichtlich der Wahl der Sprachvarietät zwischen Authentizität, welche ihrer Meinung nach den Dialekt fordert und Selbstzensur, welche aus der Direktive der standardsprachlichen Varietät resultiert.

2.4 Dialekt in den Medien

Kommunikations- und Massenmedien tragen den gesellschaftlichen Zeichenverkehr und sind somit maßgeblich beteiligt am kommunikativ-diskursiven Zusammenhalt und der Dynamik von Gesellschaften. Heutzutage gibt es kaum einen Bereich des Lebens, der nicht von Medien geprägt ist. In den Medien sind beinahe alle sprachlichen Varietäten vertreten, sodass man nicht wirklich von

einer „Mediensprache“ sprechen kann. Sehr wohl aber haben sie spezielle Praktiken des Umgangs mit Sprache entwickelt (vgl. Schmitz 2005: 1616).

Bereits im Jahr 1969 konstatiert Benckiser (vgl. 170), dass "die Zeitungsschreiber eine außerordentliche Verantwortung für die Sprache tragen". Wiesinger (vgl. 1988: 228) bezeichnet die Druckmedien in Österreich als sprachlich von der Bundesrepublik Deutschland am unabhängigsten und streicht dabei insbesondere die Tageszeitungen heraus. Diese werden - im Gegensatz zu vielen Magazinen - allesamt in Österreich hergestellt und verbreitet. Gleichzeitig weist er jedoch darauf hin, dass es trotz der Herstellung in Österreich und der Rücksichtnahme auf die österreichische Leserschaft zu bedenken gilt, dass viele JournalistInnen, die für diese Zeitungen schreiben, ursprünglich aus Deutschland stammen. Gegenwärtig ist zu ergänzen, dass insbesondere die Integration des gesamtdeutschen Sprachraums im EU-Binnenmarkt und die globalen Kommunikations- und Diskursmodi im Internet wohl auch die österreichischen Printmedien entscheidend verändert haben. Schmidlin (vgl. 2011: 31) weist auf die besondere Rolle von AutorInnen sowie MediensprecherInnen und -schreiberInnen hin, welche oft als Vorbilder für die geschriebene Sprache herangezogen werden und somit auch indirekt Einfluss auf den Sprachwandel nehmen können.

Das Verhältnis zwischen Standardsprache und Dialekt wird in den Medien meist unter soziolinguistischen oder bildungspolitischen Gesichtspunkten diskutiert. Die Medien selbst nutzen Dialekte in mündlicher oder schriftlicher Form sehr selten, meist setzt sich die dominante Standardsprache durch. Im süddeutschen Raum und in Österreich findet man in bestimmten Radio- und Fernsehsendungen jedoch eine langsam aber stetig wachsende Anzahl an Sendungen, welche die ganze Skala an Sprechformen von kleinräumigem Dialekt bis hin zur Standardsprache abbilden (vgl. Burger/Luginbühl 2014:386).

Nicht standardsprachliche Texte in Printmedien sind weiterhin eher die Ausnahme als die Regel. Zwar gibt es in einigen Zeitungen z. B. „Mundart-Kolumnen“ oder es werden einzelne Dialektbegriffe in Gastkommentaren oder sogar Artikeln verwendet, dennoch ist deren Anteil am Gesamt-Textvolumen von Zeitungen und Zeitschriften verschwindend gering. Optisch sticht die Nutzung von dialektalen Begriffen meist heraus, indem sie im Layout typographisch hervorgehoben und typographisch markiert wird (vgl. Niebaum/Macha 2006: 212). Straßner (vgl. 1983: 1514) geht auch auf die inhaltliche Komponente von Dialekt in der Zeitung ein und bemerkt, dass dieser meist dann Verwendung findet, wenn es um Themen des Alltags, Lokales oder Feuilleton geht. Der Dialekt hat hierbei meist eine romantisierende oder konservierende Funktion.

In Porträts oder Interviews verwenden JournalistInnen oftmals Dialekte, um ihre InterviewpartnerInnen besser zu charakterisieren. Dies geschieht meist, indem direkte Zitate der interviewten Person im Dialekt wiedergegeben werden, während die anderen Teile des Textes in Standardsprache verfasst sind. Diese bewusste Verwendung von Dialekt kann die Wahrnehmung der Interviewpartner durch die Rezipienten beeinflussen und entweder zu einem positiven und sympathischen oder zu einem negativen und abwertenden Eindruck führen (vgl. Rahtu 2016: 1). Auch Soukup (vgl. 2008: 7) weist auf den Einsatz von Dialekt durch JournalistInnen hin, welcher die Verstärkung einer antagonistischen Grundeinstellung gegenüber einer anderen Person, die man zitiert oder kommentiert, zur Folge haben kann.

In der Werbewirkungsforschung rückte der Einfluss von Sprache ab den 1990er-Jahren zunehmend in den Fokus. So ist es für Werbetreibende beispielsweise relevant, ob der Akzent eines Testimonials in einem Werbespot die Herkunft des beworbenen Produktes unterstreicht. So nutzen viele Anbieter gezielt regionale Dialekte, um vorteilhafte stereotype Assoziationen zur Marke hervorzurufen - beispielsweise Tradition, Heimatverbundenheit und Nachhaltigkeit (vgl. Mai/Hoffmann 2010: 242). Macha/Niebaum (vgl. 2006: 213) verorten einen regelrechten Trend zur Verwendung von Dialekt in der Werbung. Sie weisen jedoch ausdrücklich darauf hin, dass dies nicht als Zeichen der Wiederbelebung des traditionellen Dialekts zu verstehen ist, sondern vielmehr als Mittel zum kommerziellen Zweck, um regionale Käuferschichten zu aktivieren.

2.5 Linguistische Aspekte der Presse(sprache)

Sprache erfüllt unterschiedlichste kommunikative Zwecke - sie wird also in verschiedenen Funktionen eingesetzt. Dies reflektieren die sogenannten *Funktiolekte*, zu denen auch die *Pressesprache* zählt. Diese weist bestimmte Merkmale auf, die sich auf lexikalischer, syntaktischer, typografischer und typologischer Ebene zeigen (vgl. Wehrstein 2013: 58). Bereits Eggers (1977: 130) attestierte der Presse eine besonders gute Materialgrundlage zu sein für allgemeine synchrone und diachrone Sprachbeschreibungen: „[...] auf jeden Fall spiegelt die Sprache der Zeitungen unmittelbar den Sprachzustand ihrer Zeit, als es jedes andere gedruckte Medium vermag.“. Daran hat sich wohl auch Jahrzehnte später nicht viel geändert, wenngleich Zeitungen heutzutage nicht mehr unbedingt gedruckt rezipiert werden. Im Vergleich zu anderen Kommunikationsfeldern ist die Textgestaltung in den Printmedien (und hierbei insbesondere in der Zeitung) in einem besonders hohen

Maße durch Muster, Regeln und Normen geprägt. Dies ist unter anderem der Klassifikation der entsprechenden Texte geschuldet, welche im folgenden Kapitel erläutert wird.

2.5.1 Textklassen und -sorten

Forschungsgegenstand der Medienlinguistik sind Texte, welche in den Massenmedien in verschiedener Form manifestiert werden. Die heute gängigen Presstextsorten sind das Ergebnis eines mehrere hundert Jahre andauernden Prozesses der Differenzierung und Verfestigung. Ihre Einteilung und Bezeichnung variiert stark, allen Definitionen gemein ist jedoch die Unterscheidung zwischen informierenden und meinungsbetonten Textsorten. Informierende und kommentierende Texte erfüllen unterschiedliche Funktionen und realisieren verschiedene sprachliche Handlungen (vgl. Schröder 2017:165).

Burger und Luginbühl unterscheiden zwischen den folgenden Text-"Bereichen": journalistischer Text, fiktionaler Text, Anzeigen (ohne Werbung), Werbetexte, Sponsoring und Rezipienten-Texte (vgl. Burger / Luginbühl 2014: 93). Bei Lüger (vgl. 1996:66ff.) findet sich eine Unterscheidung zwischen Textklassen und Textsorten. Die übergeordnete Kategorie der Textklasse richtet sich demzufolge nach der Funktion bzw. Intentionalität des jeweiligen Textes. Genannt werden **fünf Klassen von Presstexten**, welchen dann „Textsorten“ zugeordnet werden, die unter der Beachtung sowohl makro- als auch mikrostruktureller Aspekte als „standardisierte Muster“ von Texten aufgefasst werden können:

1. Informationsbetonte Texte: Meldung, harte Nachricht, weiche Nachricht (human-interest-Bereich), Bericht, Reportage, Wetterbericht, Sachinterview
2. Meinungsbetonte Texte: Kommentar, Glosse, Kritik, Meinungsinterview
3. Auffordernde Texte: Leserbrief, Kommentar
4. Instruierend-anweisende Texte: Pflege-, Gebrauchs-, Montageanleitungen, Kochrezepte, Ratgeber
5. Kontaktororientierte Texte: Überschriften (vgl. Lüger 1996:66ff.)

Kritik an dieser Unterteilung von Luger findet sich beispielsweise bei Burger/Luginbühl (vgl. 2014:222), die insbesondere die 5. Kategorie der kontaktororientierten Texte infrage stellen und bemängeln, dass diese Einteilung sich lediglich auf die Funktion der jeweiligen Texte fokussiert. Sie

schlagen linguistisch operationalisierbare Kriterien vor, welche sich zur weiteren Textsortendifferenzierung eignen (vgl. ebenda 224):

- Die Art der thematischen „Entfaltung“ (deskriptiv, narrativ, argumentativ)
- Die inhaltliche Detailliertheit (Beantwortung der *W-Fragen*)
- Die intertextuelle Textgeschichte (gibt es einen typischen Verlauf der Geschichte und einen „Autor“?)
- Die synchrone Intertextualität (Bezugnahme auf andere Texte derselben Zeitung)
- Die formale Struktur des Textes (ist ein konventionelles Schema erkennbar?)
- Die Erzählperspektive des Textes
- Die Präsenz des Autors im Text

Gemäß dieser Unterscheidungskriterien nehmen Burger / Luginbuhl folgende Unterteilung von informations- und meinungsbasierten **Presstextsorten** vor (vgl. 2014:227ff.):

1. Meldung: die kürzeste, einfachste und faktenorientierteste Textsorte, die hauptsächlich die *W-Fragen* beantwortet.
2. Bericht: er weist dieselben Merkmale auf wie die Meldung, erweitert diese jedoch noch um den Verlauf des Ereignisses, inklusive seiner Vorgeschichte und seinen Folgen.
3. Kommentar: er ist komplementär zu einem Bericht verfasst, wird von einem namentlich genannten Autor verantwortet, der seine subjektive Sicht darlegen darf und soll. Die sprachliche Gestaltung ist geprägt von expressiven Elementen wie Metaphern und Idiomen.
4. Reportage: ihr zentrales Merkmal ist die perspektivische Darstellung. Der Journalist nimmt dabei die Rolle eines „Augenzeugen“ ein, der mehr oder weniger stark ins Geschehen involviert ist.
5. Interview: es basiert meist auf einem anderen Bericht in derselben Zeitung und dient zur Vertiefung und Personalisierung bereits gegebener Informationen.

Hochscherf/Steinbrink (vgl. 2017:242) gehen auf die entsprechenden stilistischen Unterschiede zwischen informations- und meinungsbetonten Textklassen ein. So ist bei den informationsbetonten Texten (hier als „tatsachenbetonte Darstellungsformen bezeichnet) die Sachlichkeit und Verständlichkeit das oberste Gebot. Um auch dem Ziel einer möglichst objektiven Berichterstattung gerecht zu werden, sind solche Nachrichten durch eine kurze, prägnante und schlichte Sprache gekennzeichnet. Fremdwörter, Umschreibungen und Passivkonstruktionen werden dabei nach

Möglichkeit ebenso vermieden wie Substantivierungen, ausladende, redundante sprachlich-ideologische Konstruktionen und Behördenausdrücke (vgl. ebenda). Meinungsbetonte Darstellungsformen sind zwar ebenfalls um eine verständliche Sprache bemüht, diese ist jedoch sehr viel bildlicher und assoziativer. Dies beinhaltet vor allem eine fesselnde Einleitung, um den Leser in das Thema „hineinzuziehen“. In ironisch-satirischen Darstellungsformen kommen häufig Anspielungen, Überzeichnungen, Vergleiche und Aussagen, die das latente Gegenteil dessen meinen können, was sie eigentlich sagen (*ironia*) zum Einsatz (vgl. ebenda:246).

Was eine Klassifizierung der journalistischen Formate zusätzlich erschwert, ist der Umstand, dass diese einem konstanten Wandel unterworfen sind. Nicht zuletzt der immer größer werdende Anteil an Texten, die rein für das Onlineformat der jeweiligen Zeitung produziert wird, und die zunehmende Boulevardisierung des Journalismus sorgen dafür, dass der Lesestoff dem Rezipienten in immer leichter zugänglicher Form präsentiert werden soll. So müssen Artikel oft nicht mehr von Anfang bis Ende durchgelesen werden, da Graphiken, Bilder, bunter Hervorhebungen und Infokästen multiple LeseEinstiege und Ansätze für die LeserInnen bieten (vgl. Neuberger/Kapern 2013:54).

2.5.2 Im engeren Sinne sprachliche Mittel der Presse

Die sprachliche Gestaltung journalistischer Beiträge ist stark abhängig von den behandelten Themen sowie den Erwartungen und der Sprachkompetenz der Leserschaft. Während ein Bericht eher sachlich und mit wenig rhetorischem Schmuck, Tropen, Figuren oder Epitheta geschrieben werden sollte, könnten diese in eher literarischen Formen, wie Reportagen, Features oder auch meinungsorientierten Beiträgen nützlich sein (vgl. Hochscherf / Steinbrink 2017:249).

JournalistInnen benutzen verschiedene rhetorische Stilmittel, um ihre Inhalte den LeserInnen leichter zugänglich zu machen, diese besser zu unterhalten und kognitiv wie auch emotional für ein Thema zu aktivieren. Kognitive Schablonen müssen mit dem Spracherwerb gelernt werden, um verstanden zu werden. Die Fähigkeit, Bilder im Kopf durch Wörter zu aktivieren besitzen MuttersprachlerInnen in der Regel, jedoch müssen auch sie sich dem Sprachwandel anpassen (und beispielsweise Jugendwörter erlernen). Damit die Verständigung auf dieser Ebene gelingt, müssen jedoch alle Beteiligten (also JournalistInnen und RezipientInnen) dieselben sprachlichen Regeln

einhalten (vgl. Dernbach 2019: 69). Im Folgenden werden zwei Konzepte genauer vorgestellt, derer sich JournalistInnen bei der Produktion ihrer Texte bedienen.

2.5.2.1 Framing

Frames sind die Produkte des sogenannten Framing-Prozesses. Sie sind Interpretationsrahmen, welche als kognitive Strukturen im Bewusstsein (der JournalistInnen und der RezipientInnen) gespeichert sind. Dies hilft dabei, spätere Erfahrungen sinnvoll und schnell interpretieren, einsortieren oder wieder vergessen zu können. Matthes (2007: 134) beschreibt den Frame als konsistenten Sinnhorizont, „der zu einem Thema verschiedene Überzeugungen miteinander verknüpft“.

Frames dienen der Hervorhebung und Bewertung von Aussagen, Ereignissen und Akteuren sowie deren Einordnung in einen Ursache-Wirkung-Kontext. Bereits einzelne Wörter können Frames in unserem Bewusstsein aktivieren (vgl. Meier 2018: 209 f.). Wehling (vgl. 2016: 68 ff.) unterscheidet drei Arten von Frames: moralische (auf Wertvorstellungen basierende), ideologische (beispielsweise konservativ, liberal, populistisch etc.) und metaphorische (um abstrakte Konzepte zu vereinfachen, zu betonen, zu verstärken oder zu verbannen).

Framing bedeutet, dass ein Sachverhalt entweder anhand konkreter Personen in spezifischen Situationen dargestellt wird (episodisches Framing) oder in einen komplexen Zusammenhang eingeordnet wird (thematisches Framing). Der episodische Frame ruft eher individualistische Attributionen hervor, der thematische eher gesellschaftliche (vgl. Gütschow et. al. 2010: 157). Hier ziehen Gütschow et. al. (vgl. ebenda) eine Parallele zu den Effekten linguistischer Abstraktion, wie im entsprechenden linguistischen Kategorienmodell beschrieben: variiert eine Aussage auf dem Kontinuum konkret-abstrakt, hat dies offenbar unterschiedliche Attributionen auf impliziter (= linguistischer) und auf expliziter (= Framing-)Ebene zur Folge.

Scheufele/Engelmann fassen die drei zentralen Fragen der Framing-Forschung folgendermaßen zusammen (vgl. 2016: 444):

1. Journalistisches Frame-Setting: JournalistInnen lassen ihre eigenen Vorstellungen, Schemata, Deutungen oder auch Vorbehalte in ihre Texte einfließen. Diese schlagen sich dann als Medien-Frames nieder.

2. Frame-Building: JournalistInnen greifen auch Bezugsrahmen auf, die von anderen politisch-gesellschaftlichen AkteurInnen gesetzt werden.
3. Framing-Effekte: Indem JournalistInnen in ihren Beiträgen eigene Bezugsrahmen aufspannen oder jene anderer AkteurInnen aufgreifen, legen sie RezipientInnen unter anderem bestimmte Urteile nahe. Frames können so auch als Repräsentationsformat für Stereotype fungieren.

2.5.2.2 Metaphorisierung

Der Begriff der Metapher ist ein seit den 1960er Jahren umstrittener. Lakoff/Johnson (1980: 5) finden dennoch recht klare Worte: „The essence of metaphor is understanding and experiencing one kind of thing in terms of another.“ Eine Metapher wird also dafür verwendet, ein Phänomen auf Basis eines anderen zu verstehen, zu erleben und sprachlich auszudrücken. Ob ein sprachliches Element aber tatsächlich eine Metapher ist, hängt davon ab, ob es im übertragenen Sinn gebraucht wird. So kann man beispielsweise tatsächlich oder metaphorisch „*im Glashaus sitzen*“ oder auch beides zugleich (vgl. Schmitt et. al. 2018: 2).

Schmitt et. al. (vgl. 2018: 4) nennen die folgenden Regeln zur Identifikation einer Metapher. Diese liegt vor, wenn

1. ein Wort oder eine Redewendung in dem für die Sprechäußerung relevanten Kontext mehr als nur wörtliche Bedeutung hat,
2. die wörtliche Bedeutung einem prägnanten Bedeutungsbereich (= Quellbereich) entstammt,
3. und gleichzeitig auf einen zweiten (oft abstrakteren) Bereich (= Zielbereich) übertragen wird.

Der Journalismus arbeitet mit Metaphern, um Frames als Bedeutungsmuster zu stimulieren. Jedes sprachliche Element ruft bestimmte Bilder im Kopf der RezipientInnen hervor – ein Mechanismus, auf den JournalistInnen sich beim Erstellen ihrer Texte verlassen können. Es erleichtert ihre Arbeit insofern, als dass sie Orte, Menschen, Sachverhalte oder Stimmungen so treffender und besser beschreiben können. Neben kognitiven Assoziationen können auf diese Weise auch Emotionen hervorgerufen werden (vgl. Dernbach 2019: 68).

2.5.3 Das Bild in der Presse

Was genau mit "Bild" gemeint ist, muss je nach Medium gesondert festgelegt werden. In der Presse, die ein rein visuelles Medium darstellt, sind damit in erster Linie Photographien und Infographiken gemeint, jedoch kann dies auch auf die gesamte graphische Gestaltung mit Design, Layout und Typographie ausgedehnt werden. Bilder verfügen über eigene semantische und semiotische Eigenschaften, welche sie grundsätzlich von Sprache unterscheiden. Die Bedeutung von Bildern liegt – im Gegensatz zu sprachlichen Zeichen – nicht (auch) in ihnen selbst, sondern erfordert eine interpretatorische Leistung des Rezipienten (vgl. Burger / Luginbühl 2014: 410).

Ähnlich wie Sprache können Bilder die Urteilsbildung von Menschen beeinflussen. Die Frage, ob verbale oder visuelle Informationen hierbei einen stärkeren Einfluss haben, stellt man sich bereits seit der Antike. Sie beschäftigt auch heute noch verschiedene wissenschaftliche Disziplinen, unter anderem die Sozialpsychologie, Kommunikationswissenschaft und nicht zuletzt die Sprachwissenschaft. Bei Maurer (vgl. 2010: 54 ff.) finden sich vier zentrale Argumente für eine entsprechende Überlegenheit der visuellen Informationen: sie werden schneller wahrgenommen und verarbeitet, intuitiv verstanden, eher akzeptiert und besser erinnert. So zeigen beispielsweise experimentelle Studien, dass visuelle Informationen in den Medien die Urteilsbildung über PolitikerInnen beeinflussen.

Rössler et. al. (vgl. 2010: 73 f.) entwickelten für eine Studie das Konzept der Fotonachrichtenfaktoren (analog zu jenem der Nachrichtenfaktoren) im Sinne von Selektionskriterien, welche auf Seiti-Medienseite über die Publikationswürdigkeit eines Pressefotos entscheiden und auf Rezipientenseite Einfluss auf die Intensität der Zuwendung zu einem Bild nehmen. Dies stellt einen Perspektivenwechsel dar, der erstmals Kommunikator und Rezipient gleichermaßen in den Fokus rückt. Fotonachrichtenfaktoren dienen als Beschreibungskategorie von Schemata und verdeutlichen dem Rezipienten, ob es sich um eine persönlich wichtige Botschaft handelt. Der Fotonachrichtenwert hat einen wesentlichen Einfluss darauf, wie stark der auf das Wissen der RezipientInnen treffende Stimulus in dessen kognitivem Apparat verankert ist. Je nach seinem individuellen Themeninteresse sucht er weiter aktiv nach Informationen gesucht (also sich dem Presstext zugewendet) oder man blättert weiter (vgl. Eilders 1997: 102 ff.).

JournalistInnen nutzen Text-Bild-Kombinationen, um Botschaften noch prägnanter zu machen. Dies kann erfolgen, indem die Bilder die Inhalte des Textes aufgreifen und verstärken (Bedeutungsüberschneidung). Das kann jedoch dazu führen, dass der Gebrauch von Bildern in Medien

stereotypisiert wird, das Bild erwartbar ist und nicht mehr interpretiert werden muss. Im Kontrast hierzu steht der Ansatz, das Bild absichtlich vom Text abweichen zu lassen, um die LeserInnen zum Nachdenken anzuregen (vgl. Stöckl 2004: 225-227). Bei Stöckl finden sich fünf Analysekriterien für Bild-Text-Bezüge (vgl. 2004: 252–253):

1. Art des Bildes: Um was für ein Bild handelt es sich? Was wird wie dargestellt (Farben, Belichtung, etc.)?
2. Textstrukturen: Wo ist das Bild auf der Seite zu finden? An welcher Stelle wurde es in den Text eingefügt?
3. Semantisch-pragmatische Brücke zwischen Sprache und Bild: Welche Botschaft wird aus der Kombination von Bild und Text vermittelt?
4. Kognitive Operationen zur Sinnstiftung zwischen Sprache und Bild: Je nach Art des Text-Bild-Bezuges, welche kognitive Operation wird verlangt?
5. Bild-Bild-Bezüge: Welche semantischen Bezüge bestehen zwischen mehreren Bildern des Gesamttextes und welche Rolle spielt die Sprache bei diesen Verbindungen?

Stöckls (vgl. 2004: 256 f.) Typologisierung von textuellen Gebrauchsmustern von Text-Bild-Bezügen basiert auf den oben genannten Kriterien. Als klassischen Fall bezeichnet er die Parallelisierung von Text und Bild, wobei das Bild zeigt, was der Text benennt. Handelt es sich hingegen um ein abstrakteres Phänomen, welches nicht visualisierbar ist (beispielsweise ein Gefühl), kommt es zum Einsatz von metonymischen Bezügen zwischen sprachlichem und visuellem Text, die *Metonymische Konzeptassoziation*. Auch hierbei handelt es sich um eine Form der Parallelisierung von Sprache und Bild.

Die Text-Bild-Kommunikation kann jedoch auch komplexer ausfallen, etwa in Form einer Symbolisierung oder Metaphorisierung (vgl. Stöckl 2004: 258–264). Bei der Symbolisierung wird ein Bild als Symbol für komplexe Textaussagen verwendet, es fungiert als symbolische Zusammenfassung des Textinhaltes. Bei der Metaphorisierung wird der Bezug von Bild zu Text über eine konventionalisierte (also allgemein bekannte) Metapher hergestellt. Ebenso möglich ist eine visuelle Kommunikation, bei der die bildlichen Anteile gegenüber den sprachlichen überwiegen können oder die sogar gänzlich ohne Sprache auskommt (vgl. ebenda 2004: 280).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass einzelne Gebrauchsmuster des Sprache-Bild-Bezugs zur Übernahme bestimmter Funktionen innerhalb der Struktur des Gesamttextes geeignet sind. Die folgenden Aufgaben können sie u.a. im Gesamttext ausführen (Stöckl 2004: 300):

1. Gesamttextinhalte abstrahierend oder symbolisierend zusammenfassen,
2. prägnante Teile der Textstruktur (z.B. Teilthemen und deren logische Relationen untereinander) markieren bzw. hervorheben,
3. Text(teile) teilweise oder komplett ersetzen oder
4. Textaussagen perspektivieren und konnotativ aufladen.

2.5.4. Die Rolle der JournalistInnen

JournalistInnen nehmen eine Vermittlerrolle zwischen unmittelbar Betroffenen und AdressatInnen ein. Sie leiten dabei nicht einfach Informationen weiter, sondern sind als VertreterInnen ihres Mediums und als KommunikatorInnen auf andere Akteure (also Menschen und Organisationen, die von Ereignissen betroffen sind) angewiesen. Deren Informationen und Meinungen fließen in die journalistische Recherche und schließlich den fertigen Text ein. Aber auch die Rezipienten sind beteiligt, da sie als Zielpublikum die Vorstellungen der Journalisten leiten (vgl. Häusermann 2011: 7 f.).

Die Medienwirkungsforschung beschäftigt sich intensiv mit der Art und dem Maß des Einflusses, den JournalistInnen auf ihre Leserschaft haben. Hierbei wird zwischen fünf Wirkungsarten unterschieden (vgl. Neuberger / Kapern 2013: 77 f.):

1. Kognitive Wirkungen (hier ist beispielsweise auch das Framing einzuordnen)
2. Einstellungswirkungen
3. Affektive Wirkungen
4. Soziale Wirkungen
5. Verhaltenswirkungen

Wenngleich also zweifelsfrei gesagt werden kann, DASS die Medien (respektive die Redaktionen und JournalistInnen selbst) einen Einfluss auf ihre RezipientInnen haben, zeigt die Forschung, dass dieser aber begrenzt ist. Das berufliche Selbstverständnis von JournalistInnen reicht vom neutralen

Informationsvermittler (welches wohl von den meisten JournalistInnen in Österreich geteilt wird) bis hin zur Rolle als Meinungsmacher mit Machtanspruch (vgl. Neuberger / Kapern 2013: 84).

Eine oft in diesem Zusammenhang diskutierte Frage ist jene nach der objektiven Berichterstattung und ob vollkommene Objektivität von JournalistInnen überhaupt möglich ist. Das Spektrum der theoretischen Positionen zu dieser Frage reicht von einem „Realismus, der den Medien die Aufgabe zuschreibt, ein getreuer Spiegel der Wirklichkeit zu sein, bis zum radikalen Konstruktivismus, der grundsätzlich die Erkennbarkeit der Wirklichkeit an sich verneint und sagt, dass Realität im Gefüge von Gesellschaft und Kultur entsteht.“ (Meier 2018: 189). Meier sieht es als Aufgabe der Journalistik die Konstruktionsprozesse zu analysieren und damit eine kritische Reflexion zu ermöglichen. Hierfür erachtet er vor allem die Unterscheidung von Objektivität („Was ist richtig?“) und Relevanz („Was ist wichtig?“) als wichtigen ersten Schritt, welcher oft außer Acht gelassen wird (vgl. ebenda).

2.6 Die Printzeitung in Österreich

Im Jahr 2022 gab es 277 Zeitungen in Österreich. Allein die Tageszeitungen hatten in diesem Jahr eine Nettoreichweite von 4,01 Millionen Personen pro Ausgabe, erreichten also gut die Hälfte der österreichischen Bevölkerung. In einer Umfrage im Jahr 2024 gaben 41 Prozent der Befragten an, regelmäßig gedruckte Zeitungen oder Zeitschriften zu nutzen, und nur 14 Prozent gaben an, dies nie zu tun. Aber auch die Webseiten von Zeitungen und Zeitschriften waren beliebt: ein Drittel der Befragten nutzten sie mindestens gelegentlich. Und während die Auflagen von gedruckten Zeitungen und Zeitschriften in den letzten Jahren rückläufig waren, nahmen die Verkäufe von E-Paper-Ausgaben stark zu: Die ‚Kleine Zeitung‘ verkaufte beispielsweise im Jahr 2014 pro Auflage rund 5.900 E-Paper, im Jahr 2024 waren es schon fast 54.000 pro Auflage (vgl. Statista: <https://de.statista.com/themen/3515/zeitungen-in-oesterreich/>).

Im Gegensatz zu öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist die Presse in Österreich weniger strikten Grundsätzen verpflichtet. Der Pressejournalist ist dennoch institutionell in eine Redaktion eingebunden und deren internen Normen unterworfen. Die Redaktion muss sich wiederum gegenüber ihren Geldgebern verantworten. Was und wie der Journalist schreibt, ist also durchaus in gewisser Weise eingeschränkt (vgl. Burger / Luginbühl 20: 5).

Nach Haas (vgl. 2008: 102) lassen sich die österreichischen Tageszeitungen in die folgenden vier relevanten Hauptkategorien unterteilen:

1. Boulevardzeitungen (z. B. „Kronen Zeitung“, „Österreich“)
2. Qualitätszeitungen (z. B. „Die Presse“, „Der Standard“)
3. Bundesländerzeitungen (z. B. „Salzburger Nachrichten“, „Kleine Zeitung“)
4. Regionale Zweitzeitungen (z. B. „Kärntner Tageszeitung“)

Während die Abgrenzung von Kategorie 3 und 4 zu den übrigen aufgrund des regionalen Bezugs auf der Hand liegt, ist die Unterscheidung zwischen Boulevard- und Qualitätszeitung deutlich schwerer. Für den Begriff „Boulevardzeitung“ werden im alltäglichen sowie im wissenschaftlichen Sprachgebrauch verschiedene Synonyme verwendet, z. B. „Kauf-“ bzw. „Straßenverkaufszeitung“, „Sensationspresse“, „Massenpresse“, „Markt-“ und „Geschäftspresse“ oder „populäre Presse“ (vgl. Schirmer 2001: 8). Schönbrunn (vgl. 2015: 18 ff.) nimmt eine Unterscheidung bei der übergeordneten Intention der Zeitung vor: während die Boulevardzeitung die LeserInnen auf einer emotionalen Ebene erreichen und deren Neugierde wecken und befriedigen möchte, orientiert sich die Qualitätszeitung stärker an der Bedeutung und dem Mehrwert der Nachrichten. Jedoch unterscheiden sich die beiden Zeitungstypen auch auf der sprachlichen Ebene. Die Sprache einer Boulevardzeitung ist, verglichen mit der Qualitätszeitung, simplifizierter und die Texte sind kurz, leicht verständlich und schnell konsumierbar.

Die meisten AutorInnen definieren Qualitäts- und Boulevardzeitungen in Abgrenzung zueinander. Während es zu ersteren kaum wissenschaftliche Definitionen gibt, finden sich doch ein paar zu zweiteren. Haas (vgl. 2008: 105) nennt beispielsweise einige Kriterien, welche in der Regel auf Boulevardzeitungen zutreffen:

- Leicht verständliche Sprache
- Reißerische Schlagzeilen und Nutzung vieler Bilder und Graphiken
- Hoher Grad an Emotionalisierung in Wort und Bild
- Der Sensationsgehalt einer Nachricht steht im Vordergrund
- Keine sortenreine Trennung der verschiedenen Textgattungen (Vermischung von Nachricht und Kommentar, mangelnde Kennzeichnung von Advertorials)
- Oftmals einseitige Berichterstattung

Die wissenschaftliche Diskussion um Qualitätskriterien und -merkmale des Journalismus erstreckt sich bereits über einige Jahrzehnte und ist dementsprechend facettenreich. Oft ist hierbei der Journalist sowie dessen publizistisches Werk im Fokus, wesentlich seltener jedoch sind es die Qualitätsmedien an sich. Magin und Stark führten 2011 (vgl. 108 ff.) eine Studie zu österreichischen Qualitätszeitungen durch, aus welcher sich die folgenden Kriterien herauskristallisierten:

- Umfangreiche Berichterstattung
- Hohe publizistische Vielfalt (thematisch sowie geographisch)
- Quellentransparenz

Die *Gratiszeitung*, welche sich in den oben genannten vier Kategorien von Haas nicht wiederfindet, erscheint regelmäßig, liegt meist an öffentlichen Orten aus oder wird an zentralen Punkten verteilt. Inhaltlich richtet sie sich zumeist an PendlerInnen in Großstädten und Ballungsgebieten und bietet aktuelle Nachrichten, wie sie auch in Kaufzeitungen veröffentlicht werden (vgl. Künzler 2013: 84–85). In Österreich erscheinen mit „Heute“, „ÖSTERREICH“ und der „Tiroler Tageszeitung kompakt“ momentan drei Gratistageszeitung in einer Druckauflage von insgesamt gut 1,23 Millionen, wobei die „Tiroler Tageszeitung kompakt“ mit 12.633 gedruckten Exemplaren eine eher untergeordnete Rolle spielt. Gratiszeitungen wenden sich vor allem an Pendler, weswegen ihre Inhalte entsprechend aufbereitet sein müssen: kurz, pointiert und im handlichen Format. Sie finanzieren sich ausschließlich über Erlöse aus Anzeigen und Advertorials. Diese hohe Abhängigkeit vom Werbemarkt kann zu publizistischen Verzerrungen führen (vgl. Mündges / Lobigs 2020: 791 f.). Steinmaurer (2012: 9) äußert sich zur Qualität der Gratiszeitungen wie folgt: „[...] deren Beitrag zur publizistischen Vielfalt und Qualität ist vor dem Hintergrund ihrer stark am Boulevard orientierten Ausrichtung allerdings überschaubar“.

Bei der Qualitäts-, der Boulevard- und der Gratiszeitung handelt es sich also um drei verschiedene Zeitungsgattungen mit unterschiedlichen Produktionsbedingungen und diverser LeserInnenschaft. Daher eignen sich diese auch als Basis für ein Untersuchungskorpus wie beim vorliegenden Forschungsvorhaben. Im nachfolgenden empirischen Teil wird eingangs auf die gewählten Methoden sowie die Datenbasis bzw. das untersuchte Material eingegangen, bevor die Ergebnisse der Untersuchung erörtert werden.

3. EMPIRISCHER TEIL

3.1 Anlage der Studie und Wahl der Methode

Das Ziel der Untersuchung ist die Analyse der Darstellung österreichischer Dialekte und ihrer SprecherInnen in Zeitungsartikeln. Die Studie soll aufzeigen, welche sprachlichen und inhaltlichen Muster in der medialen Berichterstattung zu diesem Thema auftreten und welche Konnotationen (respektive Ideologien) damit verbunden sind. Hierzu wird eine **inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse** nach Kuckartz / Rädiker (2022) durchgeführt, da sich diese Methode besonders gut eignet, um thematische Strukturen aus umfangreichen Textmaterialien herauszuarbeiten.

Die qualitativen Inhaltsanalysen finden ihren Ursprung in den USA zu Beginn des 20. Jahrhunderts in den Kommunikationswissenschaften. Dort wurden bis dahin quantitative Häufigkeitsanalysen durchgeführt, welche zwar Inhalte zählten, jedoch nicht die zugrundeliegenden Sinnstrukturen erfassen konnten. Aufgrund der aufkommenden Kritik an diesem quantitativen Vorgehen wurden qualitative Verfahren als Alternative entwickelt, deren Ziel die systematische Auswertung großer Textdatenmengen ist (vgl. Mayring, 2010: 469).

Im deutschsprachigen Raum gilt Philipp Mayring als Pionier auf diesem Gebiet. Er veröffentlichte 1989 das Buch „Qualitative Wende“ und legte 1990 ein Handbuch zur qualitativen Sozialforschung vor, in welchem er – neben anderen qualitativen Analyseverfahren – auch die qualitative Inhaltsanalyse vorstellte. Er liefert auch eine Definition der Inhaltsanalyse, welche diese von anderen Methoden (wie beispielsweise der Textanalyse) abgrenzt (vgl. Mayring 2015: 12f.):

1. Der Gegenstand der Inhaltsanalyse ist Kommunikation (Sprache, Musik, Bilder u.Ä.)
2. Diese Kommunikation ist in irgendeiner Art und Weise festgehalten worden – es handelt sich also um fixierte Kommunikation.
3. Die Vorgehensweise bei der Inhaltsanalyse ist systematisch.
4. Die systematische Herangehensweise äußert sich insbesondere durch den Ablauf nach expliziten Regeln, welcher eine intersubjektive Nachprüfbarkeit gewährleisten soll.
5. Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse werden unter einer theoretisch ausgewiesenen Fragestellung analysiert und alle Analyseschritte sind von theoretischen Überlegungen geleitet.
6. Das Ziel der Inhaltsanalyse ist es, über das analysierte Material Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation zu ziehen.

Die qualitative Inhaltsanalyse unterscheidet sich grundlegend von der quantitativen Inhaltsanalyse, welche sich primär auf die Häufigkeit bestimmter Begriffe oder Themen konzentriert und statistische Methoden zur Auswertung nutzt. Als Grundgedanken für die Methode formuliert Mayring: „Qualitative Inhaltsanalyse will Texte systematisch analysieren, indem sie das Material schrittweise mit theoriegeleitet am Material entwickelten Kategoriensystemen bearbeitet“ (Mayring 2016: 114). Während die quantitative Inhaltsanalyse darauf abzielt, objektiv messbare Muster zu identifizieren, fokussiert sich die qualitative Inhaltsanalyse auf die inhaltliche Bedeutung und Kontextualisierung von Texten (vgl. Kuckartz / Rädiker 2022: 44).

Die Wahl der qualitativen Inhaltsanalyse für die vorliegende Arbeit basiert auf der Notwendigkeit, nicht nur die Frequenz einzelner sprachlicher Merkmale, sondern auch die dahinterliegenden Bedeutungsstrukturen und thematischen Zusammenhänge zu erfassen. Eine quantitative Analyse, die sich primär auf Häufigkeitsverteilungen fokussiert, würde dem komplexen und kontextabhängigen Gegenstand nicht gerecht werden.

Ausgehend von den von Mayring beschriebenen Formen der qualitativen Inhaltsanalyse und seiner persönlichen Lehr- und Betreuungspraxis veröffentlichte Udo Kuckartz 2012 ein Handbuch, in dem das Vorgehen der qualitativen Inhaltsanalyse ausführlich beschrieben wird. Im Vergleich zu Mayring, der Kategorienbildung und quantitative Auswertung der Kategorien ins Zentrum der Analyse stellt, beschreibt Kuckartz Codierphasen und Kategorienbildung aus einer Sichtweise, „die erstens stärker qualitativ und hermeneutisch akzentuiert ist und zweitens auch für die Berücksichtigung einer fallorientierten Perspektive plädiert“ (Kuckartz / Rädiker 2022: 6).

In vorliegender Arbeit wird explizit die inhaltlich strukturierende Variante der Inhaltsanalyse angewandt. Sie kann als Kernmethode der qualitativen inhaltsanalytischen Methoden betrachtet werden und wird in der Forschungspraxis besonders häufig angewandt (vgl. Kuckartz / Rädiker 2022: 104f.). Sie bietet ein methodisches Rahmenwerk, das eine systematische Kategorisierung ermöglicht und induktive sowie deduktive Elemente verbindet. Kuckartz / Rädiker (2022: 132) beschreiben den Ablauf der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse in sieben Phasen:

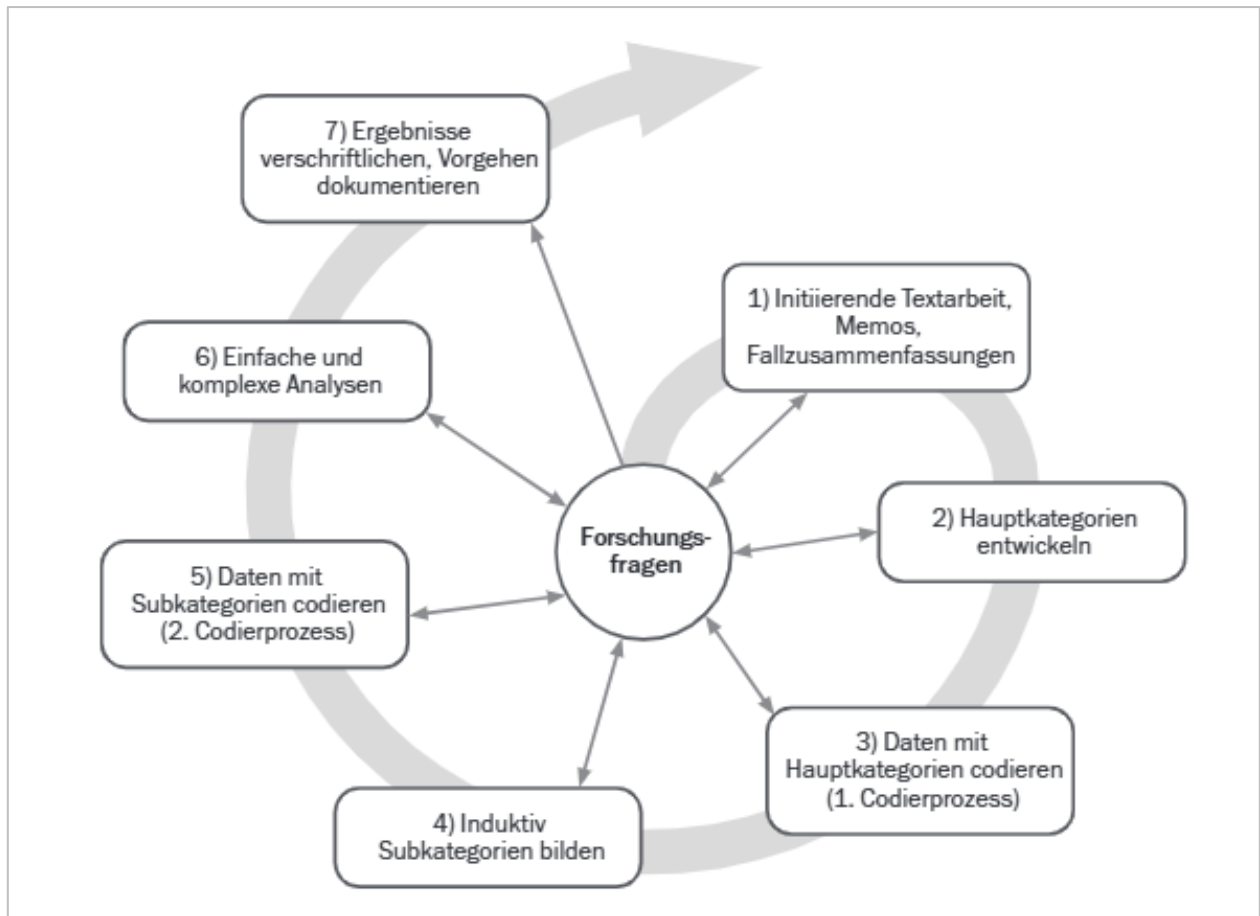


Abb. 2: Sieben Phasen der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse

Die Vorgehensweise bei der in vorliegender Arbeit durchgeführten Analyse gemäß dieser sieben Phasen wird in Kapitel 3.3 genauer erläutert.

3.2 Datenbasis/Material

Die Massenmedien nehmen bei der diskursiven Konstruktion und Interpretation der sozialen Realität eine wichtige Rolle ein und fungieren dabei oft auch als Spiegel gesellschaftlicher Prozesse. Meinungsbildung ist eine ihrer erklärten Funktionen, was sie als Untersuchungsgegenstand für die einschlägige Forschung besonders interessant und relevant macht. Innerhalb der Massenmedien eignen sich die Printmedien auch aus forschungspraktischen Gründen in besonderem Maß für eine sprachwissenschaftliche Analyse, da – im Gegensatz zur gesprochenen Sprache in Fernsehen und Radio – der Zwischenschritt der Transkription entfällt.

Das Korpus der vorliegenden Arbeit setzt sich aus ausgewählten Ausgaben dreier österreichischer Printmedien (je eine „Qualitäts-“, „Boulevard-“ und „Gratis-Zeitung“) in einem festgelegten

Untersuchungszeitraum (Erscheinungsdatum des Artikels zwischen 01.01.2010 und 31.12.2020) zusammen. Ausgewählt wurde hierbei jeweils jene Zeitung mit den meisten LeserInnen pro Ausgabe je Kategorie. Im Jahr 2024 verteilten sich diese Zahlen wie folgt (vgl. Media-Analyse 2024: <https://www.media-analyse.at/table/4261>):

- Boulevard: Kronen Zeitung – 1.702.000 LeserInnen pro Ausgabe
- Gratis-Zeitung: Heute – 720.000 LeserInnen pro Ausgabe
- Qualitätszeitung: Der Standard – 535.000 LeserInnen pro Ausgabe

Die Korpusrecherche wurde mittels [APA Online Manager](#) durchgeführt. Dabei wurden alle zwischen 01.01.2010 und 31.12.2020 erschienenen Artikel der drei gewählten Zeitungen nach den folgenden Schlagworten durchsucht: „Dialekt“ (4327 Meldungen), „Mundart“ (2023 Meldungen), „Hochdeutsch“ (728 Meldungen), „Standardsprache“ (30 Meldungen), „Hochsprache“ (132 Meldungen), „Umgangssprache“ (780 Meldungen). Daraus ergaben sich insgesamt 53 Zeitungsartikel, welche tatsächlich den Themenkreis „Dialekt“ zum Gegenstand hatten. Sie wurden als PDF-Dateien heruntergeladen. Für die inhaltliche strukturierende qualitative Inhaltsanalyse wurden letztlich **35 Artikel** ausgewählt, welche sich wie folgt auf die drei Zeitungen verteilen:

- Kronen Zeitung: 14 Artikel
- Heute: 7 Artikel
- Der Standard: 14 Artikel

3.3 Vorgehensweise bei der Analyse

Die Inhaltsanalyse des Korpus wurde mittels der Codier-Software [MAXQDA](#) durchgeführt. Alle ausgewählten Artikel wurden im PDF-Format in das Programm geladen. Im ersten Schritt, der initiierenden Textarbeit, wurden alle Texte gelesen und für die Analyse relevante Parts markiert. Anmerkungen wurden gegebenenfalls in Form von Memos gemacht. Im nächsten Schritt wurden aus der Forschungsfrage 1 deduktiv die folgenden drei Hauptkategorien für die den ersten Codierdurchgang abgeleitet:

1. Wertende Aussagen über Dialekt
2. Funktionalität von Dialekt
3. Bilder

Im Zuge des ersten Codierdurchgangs kristallisierten sich induktiv weitere vier Hauptkategorien heraus:

4. Dialektkompetenz
5. Wertende Aussagen über Standarddeutsch
6. Regionale Aspekte
7. Sprachforschung

Insgesamt wurden also **sieben Hauptkategorien** gebildet. Als nächstes stand die induktive Bildung von Subkategorien auf dem Programm. Hierbei lag es auf der Hand, die beiden Kategorien mit wertenden Aussagen in positive und negative Wertungen zu unterteilen. Alle weiteren Subkategorien wurden im zweiten Codierdurchgang induktiv gebildet. Insgesamt ergab das **25 Subkategorien**. Zur Sicherung der Qualität wurde im Anschluss ein dritter Codierdurchgang durchgeführt, bei dem an manchen Stellen noch nachgeschärft werden konnte, indem beispielsweise die Benennung der Kategorien und Subkategorien treffender gewählt wurden.

Im nächsten Schritt wurde aus dem codierten Material eine **Themenmatrix** mit allen **225 codierten Textstellen und Bildern** erstellt. Diese bot die Grundlage für die Untersuchung der sprachlichen Mittel (Forschungsfrage 2). Ebenso wurden in dieser Matrix alle relevanten Informationen zur jeweiligen Textquelle (Medium, Ressort, Erscheinungsdatum, Art des Artikels) visualisiert, wodurch die Analyse hinsichtlich der Forschungsfrage 3 ermöglicht wurde. Der siebte und letzte Schritt der inhaltliche strukturierenden Inhaltsanalyse (Verschriftlichen der Ergebnisse und Dokumentieren der Vorgehensweise) erfolgt in diesem und dem folgenden Kapitel der vorliegenden Arbeit.

3.4 Analyseergebnisse

Die Ergebnisse der Korpusrecherche zeigen, dass Dialekt in Österreich offenbar nicht allzu oft Gegenstand der Berichterstattung in den Tageszeitungen ist. Die Gesamtanzahl von 53 Artikeln in einem Untersuchungszeitraum von elf Jahren in drei Printzeitungen – darunter der Reichweiten-sieger Kronen Zeitung – ist tatsächlich sehr überschaubar. Umso interessanter ist es daher zu analysieren, in welchen Zusammenhängen und in welcher Art und Weise es der österreichische Dialekt in die Printmedien „schafft“. Sieht man sich die Erscheinungszeitpunkte der untersuchten Artikel an, so fällt zunächst die große Häufung an Artikeln aus dem Jahr 2014 auf. Diese ist dem Umstand

geschuldet, dass die Kronen Zeitung in diesem Jahr mehrere Sonderseiten unter dem Titel „Unsa Hoamat“ herausbrachte. Diese Texte erschienen in der Oberösterreich-Ausgabe und beschäftigten sich eingehend mit oberösterreichischer Identität, Brauchtum und eben auch dem Dialekt. Aber auch Der Standard publizierte im Jahr 2014 zwei Artikel mit Dialektfokus. Bei der Qualitätszeitung lässt sich wiederum eine Häufung an einschlägigen Artikeln im Jahr 2020 beobachten, in dem ganze sechs Artikel zum Thema Dialekt erschienen, die meisten davon mit Schwerpunkt auf Sprachforschung. Hervorzuheben ist auch, dass sich die Artikel in den drei Printmedien mit einer Ausnahme nie zeitungsübergreifend wiederholten - auch nicht, wenn sie sich auf tagesaktuelle Ereignisse bezogen, bei denen man vermuten könnte, dass sie Einzug in alle drei oder zumindest zwei der beiden Zeitungen finden würden.

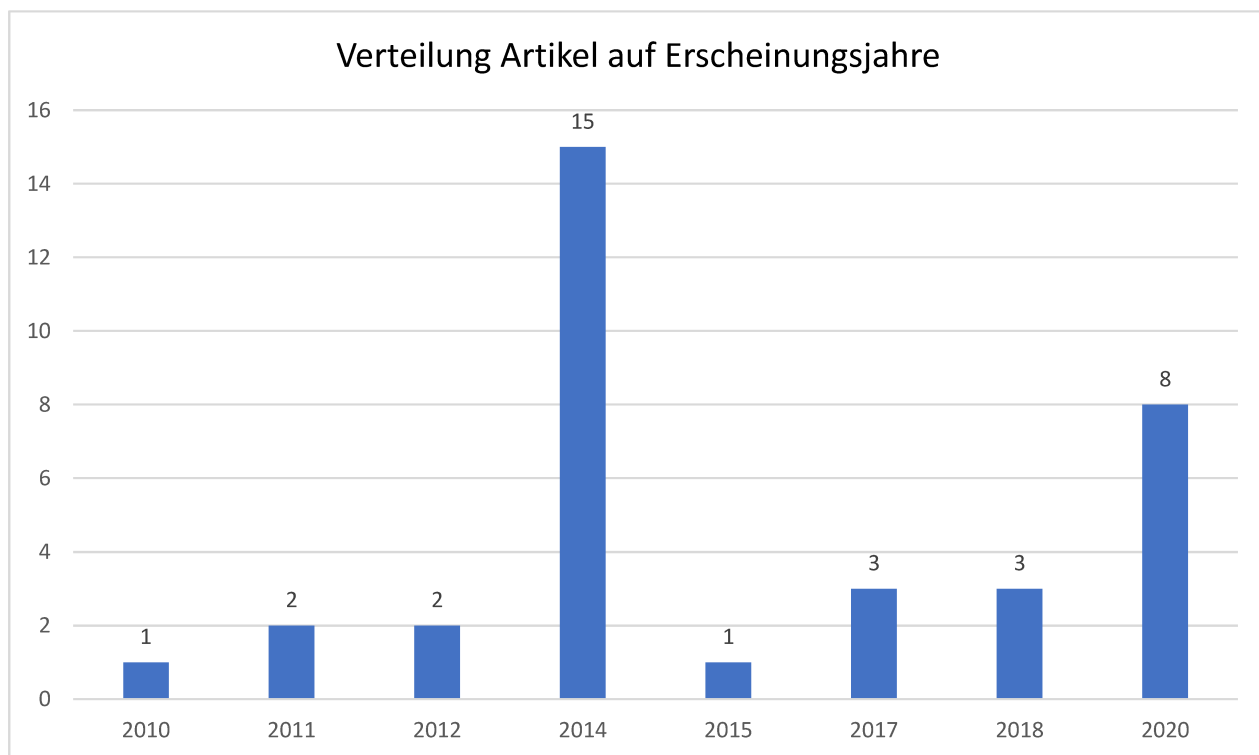


Abb. 3: Verteilung Artikel auf Erscheinungsjahre

Auch die Übersicht über die Erscheinungsmonate zeigt, dass der Dialekt kein „Sommerloch-Thema“ ist, sondern uns das ganze Jahr über beschäftigt. Der Mai ist im Monatsvergleich der absolute Spitzenreiter, was auch hier wieder mit der „Unsa Hoamat“-Serie der Kronen Zeitung zusammenhängt, die im Mai 2014 erschien und aus der mehrere Artikel in das Korpus aufgenommen wurden. Ansonsten lässt sich eine recht homogene Verteilung auf die Monate beobachten, lediglich Januar, Februar und Juni waren gar nicht vertreten.

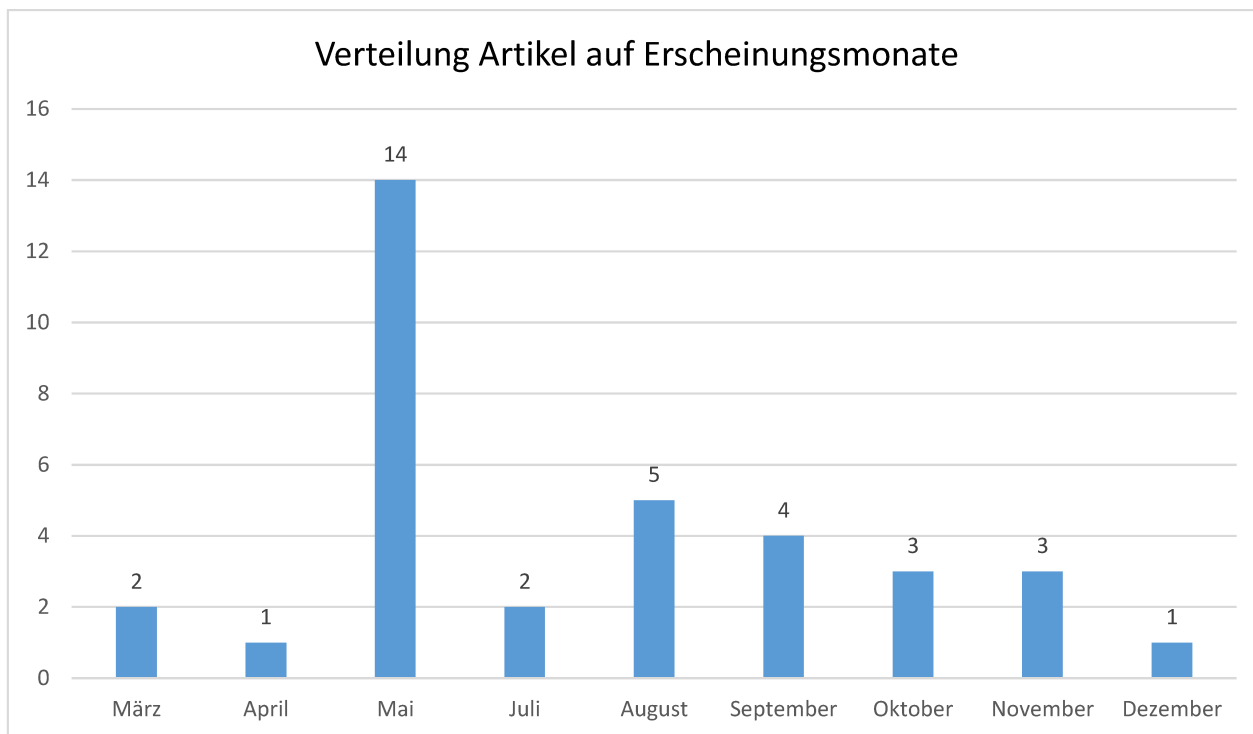


Abb. 4: Verteilung Artikel auf Erscheinungsmonate

Neben dem Erscheinungszeitpunkt ist auch die Erscheinungsform der Artikel interessant. Im Korpus finden sich sowohl informations- als auch meinungsbetonte Texte. Die meisten stammen aus der informationsbetonten Kategorie Bericht. Auf Platz zwei folgt das Interview. Kommentar und Meldung teilen sich den dritten Platz. Im Korpus finden sich nur zwei Leserbriefe und eine Reportage. Demnach ist die Aufteilung zwischen informations- (Bericht, Meldung und Reportage) und meinungsbetonten (Interview, Kommentar und Leserbrief) Artikelgattungen sehr ausgewogen. Dies ist vor allem für die spätere Betrachtung der identifizierten sprachlichen Mittel relevant, um festzustellen, ob beispielsweise Framing und subjektive Meinungsäußerungen nur in meinungsbetonten Texten zu finden sind.

Hervor sticht bei der Betrachtung der Artikelgattungen auch die Tatsache, dass Interviews ein Viertel des Korpus ausmachen. Hierbei handelt es sich sowohl um Interviews mit SprachwissenschaftlerInnen in der Qualitätszeitung Der Standard als auch Interviews mit KünstlerInnen im Boulevardmedium Kronen Zeitung. In der Gratiszeitung Heute gab es im untersuchten Zeitraum kein Interview zum Thema Dialekt. Dafür fällt wiederum die Anzahl an Leserbriefen (zwei) sehr gering aus. Beide stammen aus der Kronen Zeitung.

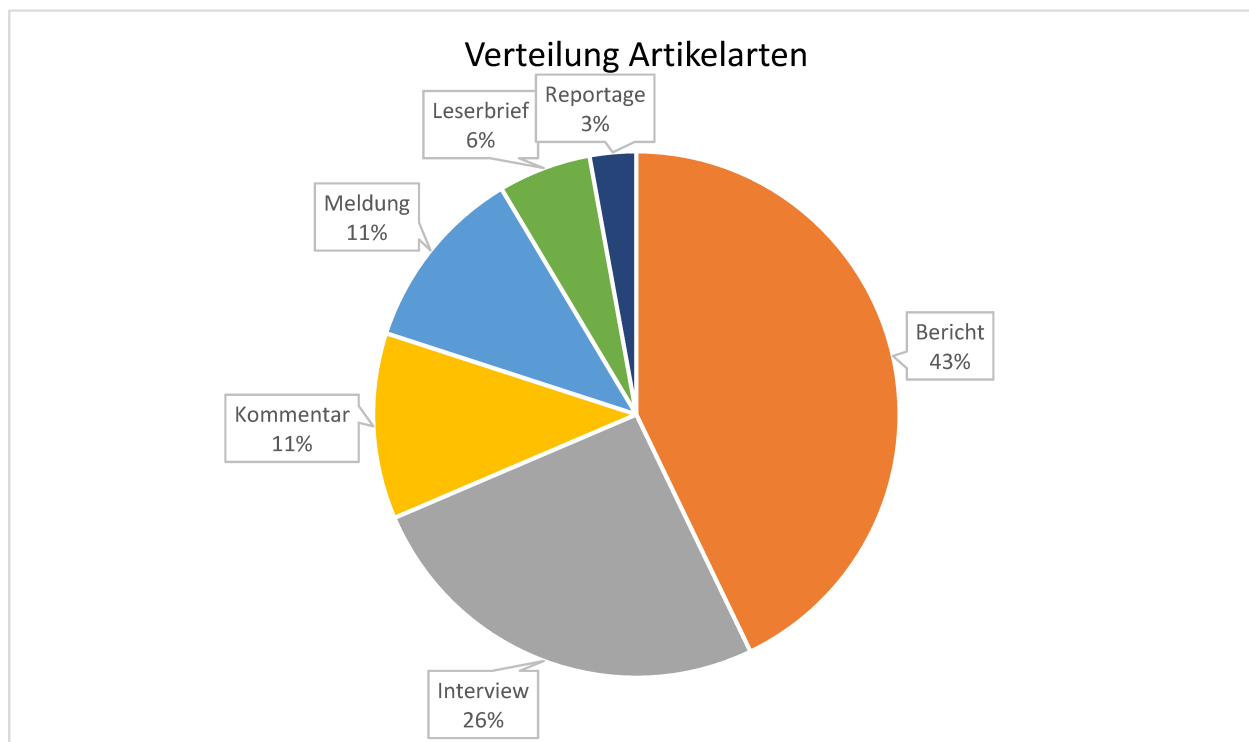


Abb. 5: Verteilung Artikelarten

Betrachtet man nun die Ressorts, in denen die untersuchten Artikel erschienen sind, fällt auf, dass es sich bei über 50 Prozent um Regionalressorts handelt. Der große Vorsprung des Ressorts „Oberösterreich“ ergibt sich aus der oben erwähnten Sonderserie in der Kronen Zeitung aus dem Jahr 2014. Weiters sind die Bundesländer Niederösterreich, Wien und Salzburg vertreten. Auch das Ressort „Österreich“ ist mehrmals vertreten. In der Gratiszeitung Heute und in der Kronen Zeitung stammen alle sieben untersuchten Artikel aus Regionalressorts. Alle anderen Ressorts wie „Wissenschaft/Forschung“ oder „Leben in Wien“ beherbergen die Artikel aus dem Standard. Generell bietet das Qualitätsmedium die größte Vielfalt an Ressorts, insbesondere die Wochenendausgabe. Neben den klassischen journalistischen Ressorts finden sich hier auch ein paar spezifische. Einer der Artikel stammt aus dem einmal wöchentlich erscheinenden Ressort „SchülerStandard“, welches von SchülerInnen für SchülerInnen gestaltet wird. Dies zeigt, dass das Thema Dialekt auch für die junge Generation relevant ist und Menschen aller Altersklassen beschäftigt. Auch den „Kommentar der Anderen“ gibt es nur im Standard. Hier schreiben WissenschaftlerInnen oder andere ExpertInnen Gastkommentare. Gleich zwei der 35 untersuchten Artikel stammen aus diesem Ressort. Einen Sonderposten stellt das „Album“ des Standard dar, eine wöchentliche Beilage, die für die vorliegende Analyse als eigenes Ressort betrachtet wurde.

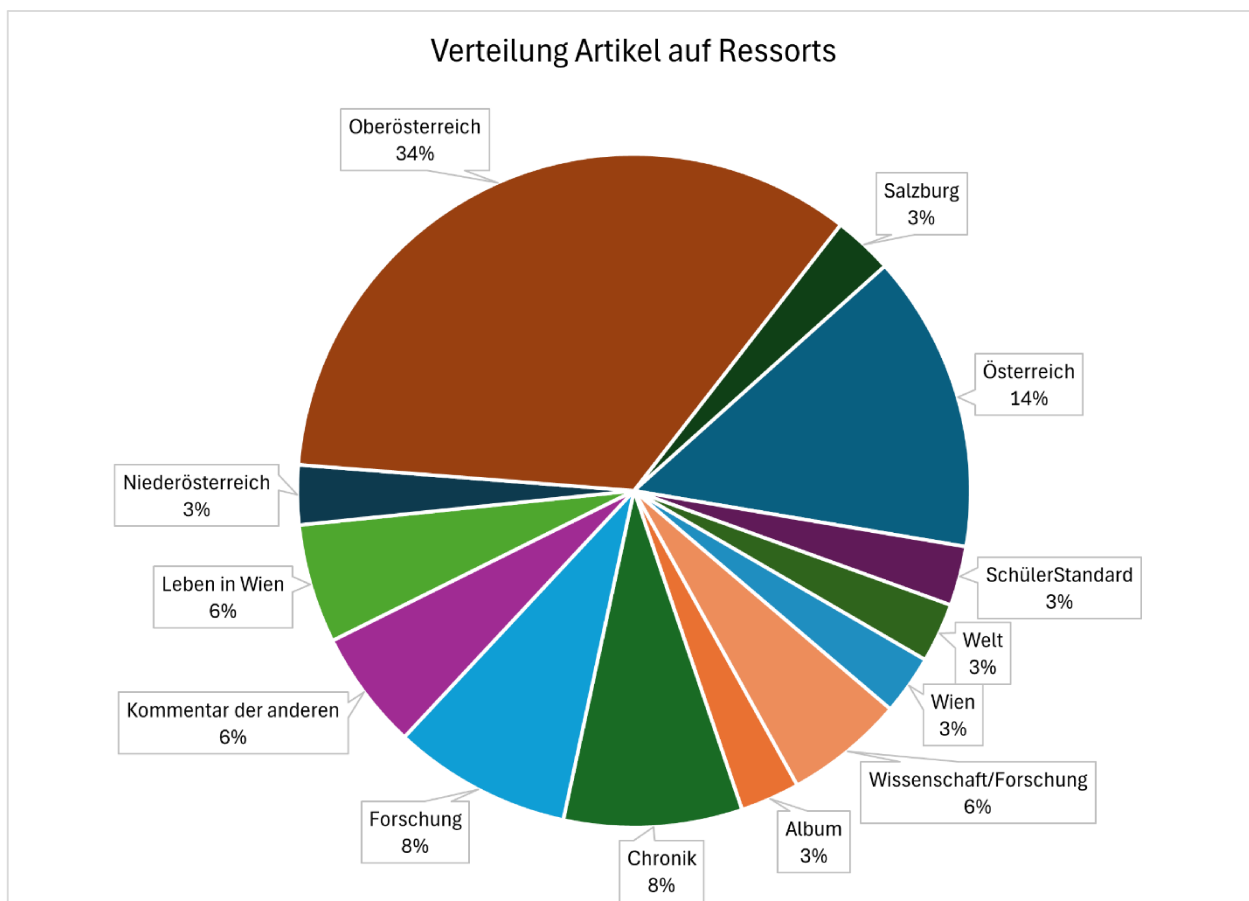


Abb. 6 Verteilung Artikel auf Ressorts

Nachfolgend werden nun die Analyseergebnisse in drei Kapiteln dargestellt. Jedes bezieht sich auf eine der drei initial gestellten Forschungsfragen. Die 35 untersuchten Artikel sind im Quellenverzeichnis dieser Arbeit aufgelistet und wurden durchnummeriert. Um eine bessere Lesbarkeit und dennoch die Nachvollziehbarkeit der Quellen zu gewährleisten, wird daher im Folgenden immer die jeweilige Zahl des Artikels genannt, auf den sich eine Aussage bezieht bzw. aus dem zitiert wird.

3.4.1 Varietätenspezifische Konzepte und soziale Bedeutung von Dialekten in Österreich

Die erste Forschungsfrage beschäftigt sich mit den Zuschreibungen, die Dialekt und seine SprecherInnen in den Printmedien erhalten – sei es durch InterviewpartnerInnen, Kommentar- und LeserbriefschreiberInnen oder die VerfasserInnen von Artikeln selbst. Aussagen hierzu gibt es im Korpus viele: insgesamt wurden 225 Text- und Bild-Segmente codiert, wobei manchen hiervon gleich mehrere Codes zugeordnet werden konnten.

3.4.1.1 Wertende Aussagen über Dialekt (27 Codes)

Insgesamt finden sich im Korpus mehr **positive Aussagen über Dialekte** als negative. Codiert wurden diese Textstellen vorwiegend in den meinungsbetonten Textsorten (Kommentar, Leserbrief und Interview), aber auch in den Berichten und Meldungen. Die häufigsten Adjektive, mit den Dialekt und dessen SprecherInnen bedacht werden, sind „sympathisch“ und „attraktiv/sexy“. In diesem Zusammenhang ist eine Dialekt-Beliebtheitsstudie zu nennen, die regelmäßig durchgeführt wird und deren Ergebnisse Einzug in die Printmedien finden – es scheint sich zumindest dabei auch um ein beliebtes Sommerloch-Thema zu handeln. So auch bei den untersuchten Artikeln: im August 2020 verkündet die Kronen Zeitung *Dialekt macht uns Österreicher sexy* (14). Sieger der Beliebtheitsumfrage der Partneragentur Parship waren in diesem Jahr „Kärntnerisch“ und „Tirolerisch“, Schlusslicht „Wienerisch“ und „Burgenländisch“. Die Kernaussage des Beitrags lautet: Wer in Österreich flirten will, ist mit Dialekt gut bedient, besonders als Frau bei Männern über 50. Auch die Gratiszeitung Heute berichtet von den Dialektlieblingen und unterstreicht, dass Dialektsprechen als *sehr sexy* gesehen wird (19).

Sympathie ist eine Emotion, die DialektsprecherInnen ebenfalls oft entgegengebracht wird. Vor allem bei TouristInnen stehen diese anscheinend hoch im Kurs. In einer Umfrage unter UrlaubereInnen in Oberösterreich wird mit Lob nicht gespart. Da heißt es beispielsweise *Der Dialekt ist doch das Nette an Oberösterreich* und *Wir finden euren Dialekt doch riesig nett, das hat so was Charmantes. Wenn man etwas nicht versteht, kann man doch einfach nachfragen!* (9). Auch bei den Jungen ist Dialekt laut der Kronenzeitung äußerst beliebt: *Die Jungen lieben unseren schönen Dialekt* (1). Im Zusammenhang mit Jugendsprache erhält das Einstreuen von Dialektwörtern zusätzlich auch das Attribut „cool“ (26). Eine Liebesbekundung für den Dialekt scheint auf den ersten Blick skurril: Eine Interviewpartnerin zeigt sich gegenüber dem Standard sogar *entzückt vom Wiener Dialekt und dessen reichem Schimpfwortschatz* (29).

Neben den oben genannten positiven Adjektiva, mit denen Dialekt und seine SprecherInnen beschrieben werden, finden sich auch positive Äußerungen zum Dialektsprechen im allgemeineren Sinn. So heißt es in der Kronen Zeitung *Kluge Köpfe sprechen Dialekt!* (11). Im Interview mit diesem Titel in der Kronen Zeitung wird von der interviewten Kochbuchautorin explizit eine herabwertende Haltung angesprochen, *mit der manche Bildungsbürger die Dialektsprecher behandeln*. Diese sei jedoch absolut nicht angebracht, gibt es doch auch *so viele Ärzte, Anwälte und Unternehmer, die vom Land kommen* (11). Auch ein Leserbriefschreiber äußert sich zu den

Vorteilen des Dialekts: *Es gibt längst Studien, die belegen, dass Kinder, die Dialekt und Hochsprache beherrschen, mühelos zwischen Sprachsystemen hin- und herspringen können – ein Vorteil beim Erlernen von Fremdsprachen.* (10).

Blickt man auf alle codierten Segmente, die positive Äußerungen zum Dialekt enthalten, fällt auf, dass es sich hierbei meistens um direkte Rede handelt. Mit Ausnahme der Darlegung der Studienergebnisse zum attraktivsten Dialekt Österreichs stammen die Zitate aus Interviews oder Leserbriefen, sind also klar als subjektive Meinungsäußerungen erkennbar.

Neben den vielen positiven finden sich im Korpus auch ein paar **negative Aussagen zum Dialekt**. Kurios sticht hier ein Bericht über einen Schulwart in der Gratiszeitung Heute mit der Titelzeile *Weil er zu viel Dialekt spricht: Schule warnte vor Hausmeister* (18) hervor. Besagter einheimischer Hausmeister habe Probleme mit dem *Hochdeutschsprechen* und Eltern werden um Geduld gebeten. Hier wird ein Dialektsprecher als langsam und unkooperativ dargestellt. Die anderen negativen Aussagen zum Dialekt haben zum Inhalt, dass Dialekt nicht „schön“ oder dessen Attraktivität zumindest umstritten sei. In einem Interview mit dem Sprachforscher Manfred Glauninger im Standard nennt dieser bekannte Dialekt-Zuschreibungen: *Man hat etwa einen „tiefen“ Dialekt als „beißerisch“ bezeichnet – oder die „Gaunersprache“ gekannt und Sie gebrauchen das Wort [Oida] zur Steuerung der Kommunikation oder expressiv – auch im Bewusstsein, dass Dialektsprechen nicht „schön“ ist.* (23). Hier werden die Aussagen jedoch klar in den linguistischen Forschungshintergrund eingeordnet und bleiben nicht unkommentiert stehen. Ebenso verhält es sich in einem anderen Interview mit dem Germanisten Hannes Scheutz – ebenfalls aus dem Standard: *Die Abwertung der Dialekte als mindere Sprachform hat eine lange Tradition. Die korrekte Ansicht, dass Dialekte vollwertige Sprachen mit geringerer Reichweite sind, hat sich nicht durchsetzen können.* (30).

Im Gegensatz zu den positiven Aussagen über Dialekt finden sich die negativen innerhalb des Korpus hauptsächlich in Interviews im Wissenschaftsteil des Standard. Sie werden von fachkundigen InterviewpartnerInnen als Komponenten außerlinguistischer Diskurse referiert und gleichzeitig auch eingeordnet bzw. reflektiert. Insgesamt zeichnen die wertenden Aussagen zum Dialekt im Korpus also ein positives Bild vom österreichischen Dialekt.

3.4.1.2 Wertende Aussagen über Standarddeutsch (4 Codes)

Nicht nur zum Dialekt werden in den codierten Segmenten wertende Aussagen getroffen, sondern auch zur Standardsprache. Hierbei fällt jedoch auf, dass es deutlich weniger Erwähnungen gab. Auf der positiven Seite findet sich das Konzept der Standardsprache als verbindendes Element. Dieses wird im Kontext des Schulunterrichts erwähnt, wo die *Hochsprache der Verständigung der Deutschsprachigen* dient (1). Im Interview mit der Kronen Zeitung berichtet eine Jugendliche aus Linz, dass sie zwar mit ihren Linzer FreundInnen im Dialekt SMS schreibe, bei Freunden in Deutschland oder Amerika dann aber doch auf *Hochdeutsch* umschwenkt (1). Ein ähnliches Phänomen wird bei der Kommunikation mit TouristInnen beschrieben – im Umgang mit ihnen bemühe man sich aus Höflichkeit, *schön* zu sprechen (9).

Aus dem Bereich der Forschung gibt es im Standard eine – eher als neutral einzuordnende – Stimme zur Standardsprache: *Wichtig ist aber, dass in Österreich auch die Ebene der Standardsprache mit dem gleichen Selbstbewusstsein bedacht wird.* (35). In der Gratiszeitung Heute war die Standardsprache hingegen kein Thema. Dies lässt sich wohl darauf zurückführen, dass die diese – zumindest im ersten Zugang – weniger emotional gesehen wird als der Dialekt und somit auch einen geringeren Nachrichtenwert aufweist. Zudem wurden in der Korpusrecherche nur jene Artikel berücksichtigt, die den Dialekt fokussieren. „Hochdeutsch“ bzw. „Hoch“- und „Standardsprache“ als Suchbegriffe kamen im Untersuchungszeitraum zwar durchaus vor, jedoch in nicht (auch) den Dialekt fokussierenden Kontexten, d.h. meist im Zusammenhang mit Schulbildung und Migration.

3.4.1.3 Funktionalität von Dialekt (55 Codes)

Die höchste Anzahl an Codes ergab sich aus den unterschiedlichen Funktionalitäts-Zuschreibungen, die Dialekt in den Printmedien erhält. Ein Fünftel aller codierten Stellen erhielt diesen Code. Sieht man sich die doch umfangreiche Anzahl an Codierungen zu den verschiedenen Funktionen von Dialekt an, fällt auf, dass nur vier davon aus der Gratiszeitung Heute stammen und diese der Unterkategorie „Dialekt im Alltag“ zuzuordnen sind. Für ein Medium wie Heute, das vorwiegend in öffentlichen Verkehrsmitteln, Restaurants oder in Wartesituationen konsumiert wird, erscheinen andere Themenkreise wohl doch recht komplex und können nur schwer in kurze Meldungen verpackt werden. Der Standard und die Kronen Zeitung hingegen geben diesen anderen Themenbereichen mehr Raum und sie ziehen sich durch alle Artikelgattungen und Ressorts.

Insgesamt am häufigsten finden sich Textstellen, in denen es um **Dialekt als präferierte Ausdrucksform im Alltag** geht. So wurden in der Kronen Zeitung im Jahr 2014 junge OberösterreicherInnen zu ihrem Umgang mit Dialekt beim Versenden von SMS und Nachrichten mit dem Handy befragt (11). Hier ist man sich einig: Nachrichten werden im Dialekt verfasst – zumindest, wenn mit FreundInnen kommuniziert wird. Das ergab eine Umfrage zum Thema, die in (11) im Fließtext zitiert wird. Bei dieser Straßenbefragung berichtet eine Jugendliche: *Freundinnen schreibe ich immer in Mundart, Erwachsenen selten. Sie tun sich schwerer, die SMS zu entziffern.* Dabei spielt die eigene Beziehung zum Dialekt eine wichtige Rolle: *Mir ist auch bei den SMS wichtig, dass unser Dialekt erhalten bleibt – und deshalb schreibe ich auch so.* Manche gehen da noch einen Schritt weiter: *Jede Nachricht schreibe ich im Dialekt, ziehe das beinhart durch. Die anderen haben mich und meinen Dialekt einfach zu verstehen.* Egal, welche Überlegungen dahinter stecken – Dialekt scheint für die oberösterreichischen Jugendlichen im Alltag unerlässlich für die Kommunikation im Freundeskreis zu sein.

Eine andere Alltagssituation, in denen der Dialekt sehr leicht von den Lippen geht, wird in einem Artikel in der Heute besprochen. Der Titel: *Ein echter Wiener schimpft am liebsten beim Autofahren* (17). Laut der dem Artikel zugrundeliegenden Umfrage schimpfen ganze 68 Prozent der WienerInnen beim Autofahren im Dialekt. Andere Begegnungen mit Dialekt finden in der Werbung oder auch der Kunst statt, wie ein Zitat aus dem Standard zeigt: *Das zeige sich etwa darin, dass sich Mundartausdrücke verstärkt in der Werbung oder der Kunst finden. Oder etwa auch auf den öffentlichen Aschenbechern bei den Mistkübeln: „Host an Tschick?“* (22). Hier wird Mundart ganz gezielt eingesetzt, wie eine Reportage im Standard erklärt: *In der Werbung, im Kabarett oder in der Literatur passiere das bewusst, um Ironie zu erzeugen, augenzwinkernd Kritik zu üben oder bestimmte Assoziationen hervorzurufen.* (26).

Hierbei lässt sich schon die Überleitung zur nächsten Funktionalität erkennen, nämlich dem **Dialekt als Kulturgut**. *Mundart als Kulturgut* übertitelt auch die Kronen Zeitung ihren Artikel zur Wahl des beliebtesten Dialekts (13). Bei der dazugehörigen Umfrage meinten 52 Prozent der Befragten: *Der Dialekt ist für unsere Kultur besonders wichtig und gehört gepflegt.* Im Standard wird ebenfalls eine Studie (des IMAS-Instituts) zitiert, in der sogar 88 Prozent der Befragten meinten, *der Dialekt sei für die Kultur enorm wichtig* (31). Derartige Aussagen fanden sich im Korpus vorliegender Untersuchung mehrerorts. Interessiert an der regionalen Kultur ihrer Urlaubsdestination

sind üblicherweise TouristInnen und bringen dies auch im Interview mit der Kronen Zeitung zum Ausdruck: *Dialekt ist Kultur – es ist wichtig, dass jede Region, auch Oberösterreich, ihren Dialekt hat* (9). Ein wichtiger Teil der Kultur ist die Musik. So betont beispielsweise eine interviewte Gstanzl-Sängerin die Bedeutung der vierzeiligen Lieder in Mundart für die Kulturbewahrung (Ober-)Österreichs (6). In Sachen Musik ist aber nicht nur Traditionelles von kultureller Bedeutung, auch aktuelle Trends orientieren sich am Dialekt. So schildert Manfred Glauninger im Interview mit dem Standard: *Derzeit gibt es eine neue Welle, die besonders die Popmusik außerhalb Wiens ergreift, zum Beispiel mit dem Oberöreicher Lukas Plöchl* (23).

Dialekt als Trend ist aber nicht nur in Sachen Musik Thema in den österreichischen Printmedien. Die Feststellung, dass der Dialekt gerade eine Hochkonjunktur erlebt, findet sich sowohl in der Kronen Zeitung als auch im Standard an verschiedenen Stellen und in verschiedenen Ressorts. So titelt Der Standard: *Reden wie „Dahoam“: Mundart boomt* (22). In einem Interview in der Kronen Zeitung: *Brauchtum, Tracht, Dialekt – alles, was mit dem Überbegriff Heimat verbunden ist, erlebt momentan eine Hochkonjunktur*. (3). An einer anderen Stelle im selben Text ist von einer „Hochblüte“ des Dialekts die Rede und auch im Zusammenhang mit der Liebe der Österreich-TouristInnen zum Dialekt wird konstatiert, dass dieser *allgemein seit Jahren ein Hoch* erlebt (9). Wie bereits im vorherigen Abschnitt erwähnt, kann man den Mundart-Boom aber auch in der Musikbranche beobachten: *Seit Jahrhunderten heißt es, Mundart stirbt aus. Stimmt nicht – wie zum Beispiel ein Blick in die Musikcharts beweist* (22). Etwas unsicherer ist sich eine niederösterreichische Mundart-Wörterbuch-Herausgeberin im Standard, die im selben Artikel zitiert wird: *Vielleicht ist Mundart aber auch wieder en vogue*.

In einigen Texten wird der Einsatz von **Dialekt als politisches Instrument** behandelt. So heißt es im Standard etwas vage: *Politiker etwa wählen in Reden häufig den Dialekt, um Effekte zu erzielen* (35). In einem anderen Artikel widmet man sich sogar zur Gänze der *Politischen Kampfzone Deutsch: Wo Politik sich zu gern im Dialekt anbiedert, beschädigt Volksvertretung wichtige Auslese Kriterien: Wording und Rhetorik* (32). An anderer Stelle desselben Texts kommt die Sprache auf das bewusste Beharren auf Mundart: *Überhöhung der Umgangssprache zu Landesidentität dient der Abschottung. Es ist das Mundstück des populistischen Instruments „Wir gegen die anderen“*. Zwei konkrete Beispiele für den politischen Einsatz von Dialekt finden sich im Standard. Da wäre zum einen der Wahlkampf für die Wienwahl 2015: *Mit „Wennst keine Hackn hast“ ging die SPÖ 2015 plakativ auf Stimmenfang, während die Grünen nicht „die Pappn halten“ wollten und*

Neos gegen „g’stopfte Politiker“ zu Felde zogen (32). Ebenso zitierwürdig scheint ein Dialektausruf im Affekt: Unvergessen auch der Ordnungsruf des damaligen Nationalratspräsidenten Anton Benya während einer Parlamentsdebatte: „Haltets die Goschn do unten, ös Trotteln!“ Das dürfte seiner Popularität nicht geschadet haben (35).

Oft hat der Einsatz von Dialekt im politischen Diskurs einen negativen Beigeschmack, der über den Versuch, bei der Wählerschaft Sympathiepunkte einzuheimsen, hinausgeht. In einem Kommentar in der Kronen Zeitung spricht der Verfasser davon, als Freund von Tracht, Brauchtum und Dialekt „manchmal auch gleich ins nazistische Eck’ gedrängt“ zu werden (4). Diese Konnotation zwischen Dialekt und politisch rechten Einstellungen wird auch anhand eines konkreten Beispiels skizziert: *In meiner Jugend in den 1960er-Jahren gab es den Stelzhamer-Bund, der den Dialekt und die Landeshymne ‚Hoamatland‘ als reaktionär-faschistische Waffe missbrauchte. Das war für mich antimodern und zutiefst nationalsozialistisch vergiftet (5).*

Nicht zuletzt wird die Funktionalität von **Dialekt als Identifikationsinstrument** öfter in den analysierten Artikeln thematisiert. Da heißt es im Standard geradeheraus: *Dabei sind gerade Dialekte ein Teil unserer Herkunft, unserer Identität (31).* Aus demselben Artikel stammen die folgenden Zitate: *Ein Dialekt ist nichts anderes als ein sprachlicher Ausweis, der sagt: ‚Ja, hier komme ich her‘ und Gleichzeitig ist es so, dass Menschen mit dem gleichen Dialekt, die man beispielsweise im Ausland trifft, das Gefühl haben, man gehöre zusammen, auch wenn man sich nicht kennt.* In eine ähnliche Kerbe schlagen die Aussagen aus einem Interview in der Kronen Zeitung, dass Dialekt nämlich deshalb so beliebt sei, *weil er Vertrauen schafft und er einerseits Erkennungszeichen, andererseits aber auch ein Mittel, um sich abzugrenzen ist (3).*

In der Sonderserie „Unsa Hoamat“ in der Kronen Zeitung wird auch speziell auf die regionale Identifikation durch den oberösterreichischen Dialekt eingegangen: *Hightech in der Hand, Dialekt auf der Zunge – für die jungen Oberösterreicher ist es normal, beim Tratsch mit SMS oder WhatsApp die Mundart zu verwenden. Das ist ein Trend zur Identitätsfindung in der Region. (1).* Auch im Standard finden sich Aussagen zu Identität und Dialekt in bestimmten Teilen Österreichs. Man verortet ein West-Ost-Gefälle, da der selbstverständliche Dialektgebrauch in Westösterreich besonders stark zur regionalen Identität gehöre (22) und Sprachwissenschaftlerin Alexandra Lenz konstatiert, dass die Identifizierung mit einem Dialekt besonders in Großstädten schwieriger werde (24).

Interessant ist, dass in all diesen codierten Segmenten immer dezidiert von Dialekt als Identifikationsinstrument die Sprache war und nur einmal von *Hochdeutsch* oder der Standardsprache, die gewisse Funktionen der Abgrenzung oder Zusammengehörigkeit in einem größeren Kontext durchaus auch erfüllen würde: *Ob Dialekt, Umgangssprache oder sogenanntes Hochdeutsch: Bewusster Umgang mit Sprache stärkt die Identität in der Globalisierung* (35). Es bedarf also anscheinend eines globalen Kontexts, um auch die Standardsprache für die persönliche Identifikation heranziehen zu können.

3.4.1.4 Dialektkompetenz (25 Codes)

Dialekt sprechen oder auch nicht (mehr) sprechen zu können, war oft Thema in den Artikeln des Korpus, weswegen die Kategorie Dialektkompetenz induktiv hinzugefügt wurde. Einen Sonderfall innerhalb der Kategorie bilden drei Textstellen aus Artikeln zu **Dialekttests** aus der Zeitschrift Heute. Im Jahr 2011 fordert man hier die LeserInnen auf: *In „Heute“ können Sie testen, ob Sie Ihrer Landessprache mächtig sind* (15). Der dazugehörige Test wurde auf der Website www.heute.at angeboten. 2015 heißt es dann erneut *Dialekt-Test zeigt Herkunft* (16). Hier wird etwas mehr Werbung für den Test gemacht als vier Jahre zuvor: *Wienerisch ist nicht Tirolerisch ist nicht Kärntnerisch. Ein neuer Online-Dialekt-Test zeigt sprachliche Unterschiede und verrät Ihnen, aus welcher Region Sie stammen. Lustig: Testen Sie Ihre Mundart gleich auf: www.heute.at.*

Das bloße Vorhandensein solcher Dialekttest zeigt: Der Dialekt stellt manche Menschen anscheinend vor **sprachliche Herausforderungen**, sei es beim Sprechen oder Verstehen. Bei einer Straßenumfrage der Kronen Zeitung berichtet eine Jugendliche *inzwischen problemlos zwischen Dialekt und Hochdeutsch wechseln zu können*, was ihr am Anfang jedoch noch viel Mühe abverlangt habe (1). Im Interview erzählt Sängerin Christina Stürmer von einem einschneidenden sprachlichen Erlebnis: *Das einschneidende Erlebnis war eine TV-Reportage über mich, die mit Untertiteln versehen war. Da hab' ich mir gedacht, das kann's nicht sein. Es war auch bei den Interviews mühsam, weil die Deutschen so oft nachgefragt haben* (2). Auch ein Kommentar-Autor der Kronen Zeitung spricht die sprachliche Herausforderung Dialekt an: *Nicht zuletzt, weil es gar nicht so leicht ist, in [sic!] Dialekt zu schreiben* (4).

Viele nehmen die Herausforderung jedoch an und möchten den **Dialekt lernen**. In der Heute-Zeitung wird gleich zweimal über einen Dialektkurs für MigrantInnen in Vöcklabruck berichtet. Getitelt wird klingend mit *Leiwand: Erster Dialekt-Kurs für Migranten* (21). Auch der Hintergrundgedanke der Initiatorin wird erklärt: „*Sie macht den Kurs, weil sie will, dass sich Migranten besser integrieren können, indem sie sich auf Oberösterreichisch unterhalten können*“ (20). Ähnliche Kurse werden auch in Wien angeboten. Hiervon berichtet eine in Wien lebende Deutsche, die *bei Dialog Wien Wienerisch-Nachhilfe bekommen hat* (33). In einem anderen Artikel im Standard wird ebenfalls von einem Dialekt-Lernprozess berichtet: *Unterbewusst baute ich mehr und mehr meines Dialekts in Unterhaltungen ein und konsumierte auch mehr Dialektsprachliches* (31). Es verhält sich mit dem Dialekt also so wie mit anderen Sprachen: Übung macht den Meister. Bekanntermaßen lernt man Sprachen im Kindesalter am einfachsten. Daher spricht sich auch ein Sprachforscher dafür aus, *im Gespräch mit Kindern nicht zur Standardsprache zu wechseln. Ist Dialekt die Alltagssprache der Eltern, soll mit ihnen auch so gesprochen werden* (30).

Beherrscht man den **Dialekt** einmal, gilt es ihn zu **bewahren** – zumindest, wenn man einigen Aussagen in den untersuchten Artikeln glaubt. Oft wird dieser von Generation zu Generation weitergegeben. Im Standard findet Sprachforscher Hannes Scheutz klare Worte: *Dass Eltern ihre Kinder vor dem Dialekt bewahren wollen, halte ich aber für absurd* (30). Auch in bestimmten sozialen Gruppen wird der Dialekt kollektiv bewahrt. Dies gilt zum Beispiel für die Salzburger Jugendlichen beim Schreiben von Textnachrichten: *In den SMS schreiben die Jugendlichen meistens, wie ihnen der Schnowe gwochsn is und überlegen nicht lange, wie sie was formulieren. Vielleicht eine Art, die verschiedensten Dialekte im Salzburger Land zu erhalten* (12). Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt eine andere Dialektstudie unter Jugendlichen: *In bestimmten Cliquen wird bewusst ein ausgeprägter Dialekt als Gruppenmerkmal gepflegt* (25). Interessant ist, dass das Bewahren des Dialekts in den codierten Segmenten ausschließlich in Bezug auf Kinder und Jugendliche erwähnt wird. Sie scheinen hierfür der Schlüssel zu sein, nicht jedoch die älteren Generationen.

In zwei verschiedenen Interviews – beide in der Kronen Zeitung – geht es nicht um das Erwerben oder Bewahren der Dialektkompetenz, sondern im Gegenteil um das **bewusste Vermeiden (bzw. „Abtrainieren“) des Dialekts**. Sängerin Christina Stürmer berichtet, dass sie nach ihrem musikalischen Durchbruch in Deutschland auf die *Hochsprache* umstieg, da es immer wieder zu Verständigungsproblemen gekommen war. *Als Christina Stürmer aber in Deutschland auf die Hochsprache umstieg, wurde sie bei uns massiv angefeindet*, heißt es weiter im Text (2). Eine ähnliche Erfahrung

machte auch Albertina-Chef Klaus-Albrecht Schröder, der laut einer Meldung in der Kronen Zeitung *immer wieder damit prahlt, dass er sich schon als Jugendlicher bewusst den öö. Dialekt abtrainiert hatte* und dafür harte Kritik in Form von Leserbriefen einstecken muss (5).

Im Themenkreis Dialektkompetenz finden sich also interessante Gegensätze: MigrantInnen werden dafür gelobt, dass sie einen Dialektkurs machen und es wird als Zeichen hoher Integrationsbereitschaft gewertet. Zwei prominente ÖsterreicherInnen berichten hingegen in Interviews, dass sie sich den Dialekt abgewöhnt bzw. abtrainiert hätten, seit sie in der Öffentlichkeit stehen und werden dafür in Leserbriefen und Kommentaren angefeindet.

3.4.1.5 Regionale Aspekte (28 Codes)

Regionale Aspekte scheinen bei der Betrachtung von Dialekt auch in den untersuchten Artikeln durchaus eine wichtige Rolle zu spielen. Um diese einordnen zu können, muss man sich zunächst die Verteilung der Artikel auf die Bundesländer- bzw. österreichweiten Ausgaben der Zeitungen ansehen. Die Gratiszeitung Heute erschien im untersuchten Zeitraum nur in den Bundesländern Wien, Burgenland, Niederösterreich und Oberösterreich. Der Standard und die Kronen Zeitung hingegen sind in ganz Österreich erhältlich und haben in jedem der neun Bundesländer auch eine Regionalausgabe. Wie bereits erwähnt, stammen einige Artikel aus dem Korpus aus einer Sonderreihe zum oberösterreichischen Dialekt, welche ausschließlich in der Oberösterreich-Ausgabe der Kronen Zeitung im Mai 2014 erschienen ist. Aus Tirol oder Vorarlberg stammt kein einziger der regionalen Artikel, aus Salzburg lediglich einer.

Den am häufigsten vergebenen Code innerhalb dieser Kategorie erhielten jene Textstellen, in denen es um die **Beliebtheit einzelner Dialekte** ging. Am häufigsten wird hier die Sprechweise in Oberösterreich genannt, alle Nennungen stammen aus einem Artikel der Sonderserie im Mai 2014: *Wenn Oberösterreicher sprechen, klingt das, als würden sie singen – uns gefällt's, Für meine Ohren hört sich der oberösterreichische Dialekt sehr weich und entspannt an und Die Oberösterreicher haben einen sympathischen Dialekt, den sollten sie unbedingt behalten!* (9). Von den befragten UrlauberInnen erhält der oberösterreichische Dialekt also Bestnoten. Wie bereits weiter oben erwähnt, finden sich im Korpus auch ein paar Artikel zu Ergebnissen von Dialekt-Beliebtheitsumfragen und Studien. 2014 wird das Beliebtheitsranking von *Kärntnerisch* angeführt: *Das Kärntnerische ist der sympathischste Dialekt Österreichs. Die Plätze zwei und drei belegen die Tiroler und*

die Oberösterreicher. Das Schlusslicht teilen sich Burgenländer, Niederösterreicher und Vorarlberger (13). Der Standard berichtet von derselben Umfrage und fügt noch Erkenntnisse aus einer eigenen Umfrage im Forum der Zeitung hinzu. Hier setzten *die User das Oberösterreichische auf Platz eins, dahinter Tirolerisch und Kärntnerisch. Abgeschlagen in beiden Umfragen: Burgenländisch* – hierbei scheint man sich also ebenfalls einig zu sein (31). Diese Ergebnisse bestätigt auch eine Umfrage der Partneragentur Parship, die ergab, dass besonders Kärntnerisch und Tirolerisch gut ankommen, vor allem bei den Befragten über 50 Jahren. Beim Flirten sind die drei oben genannten Schlusslichter ebenfalls auf den hinteren Rängen, komplettiert durch das *Wienerische* (14). Die das Beliebtheitsranking von 2020 zeigt keine großartigen Veränderungen: Kärnten führt vor Tirol in Sachen Dialekt. Auf den Rängen danach hat sich auch nur wenig verändert: *Auf Platz drei folgt Salzburgerisch. Wienerisch landet auf dem vorletzten Platz, das Schlusslicht ist Burgenländisch* (19).

In einigen Textstellen ist die Rede von **Dialekt als Heimat(gefühl)**. Dies trifft beispielsweise auf Personen zu, die ausgewandert sind und nicht mehr in ihrer ursprünglichen österreichischen Heimat leben. Für einen Artikel im Standard wurden mehrere Personen zum Thema Sprache interviewt und ein Salzburger berichtet: *Da ich schon länger von daheim weg bin und zurzeit in London lebe, ist mein Dialekt ein Stück Heimat [...]. Sobald ich österreichischen Boden betrete und endlich wieder meinen Salzburger Dialekt sprechen kann, fühle ich mich daheim* (31). Meinungsforscher Paul Eiselsberg hat im Rahmen einer Studie die Motive für das Heimatgefühl der OberösterreicherInnen abgefragt. Hierzu interviewte ihn die Kronen Zeitung: *[...] da steht bereits an vierter Stelle die Aussage „die vertraute Sprache und dass man sich mühelos mit anderen verständigen kann“ als Begründung* (3). Zum Dialekt als Heimatgefühl findet sich im Korpus aber auch eine negative Aussage in einem Kommentar im Standard: *Die Pflege von Mundart statt Hochsprache ist ein provinziell begonnenes und urban übernommenes Konzept für parteiliche Hegemonie anhand fragwürdiger Heimatdefinition* (32). Da der Heimatbegriff in Österreich aufgrund der politisch belasteten Vergangenheit nicht immer unkritisch betrachtet wird, überrascht es jedoch nicht, auch eine solche Aussage vorzufinden.

Für den Unterschied der oben erwähnten Dialekt-Artikel-Verteilung zwischen den Bundesländern könnte es mehrere Gründe geben. Die Nähe zu Wien lässt die Menschen ihre Dialektnutzung möglicherweise öfter hinterfragen. *Wien sei in Sachen Mundart sowieso anders als das übrige Österreich*, heißt es im Interview mit Sprachwissenschaftler Glauninger im Interview im Standard (22).

Allerdings gibt es im Korpus ebenso keinen Artikel aus dem Burgenland. Der Germanist Hannes Scheutz hat eine ähnliche These: *Die Entwicklung deutet auch auf ein verdecktes Prestige der Hauptstadt hin: Man mag das Wienerische vielleicht nicht, aber man übernimmt die Formen dennoch* (30). Eine andere Erklärung könnte sein, dass in den nicht vertretenen Bundesländern Dialektsprechen so selbstverständlich ist, dass der Nachrichtenwert geringer ist und man nicht extra darüber schreiben muss. Auch hierzu äußert sich Glauninger und erklärt *der Status von Dialekt nehme innerhalb Österreichs von Westen nach Osten hin ab* (22).

Oft wird auch auf den **Unterschied zwischen Stadt und Land** hingewiesen, innerhalb des Korpus jedoch nur im Qualitätsmedium Der Standard. Eine Reportage mit dem Titel *A Eitrig mit an Bugl: Dialekt im wachsenden Wien* beschäftigt sich speziell mit Dialekt in der Großstadt Wien (26). Die Kernaussage des Artikels: *Durch Dialektsprecher aus den Bundesländern sowie Zuwanderer aus dem Ausland wird sich der Sprachgebrauch in der Hauptstadt verändern*. Auch in einem Kommentar wird auf die Sonderstellung Wiens in Sachen Dialekt eingegangen: *Ausnahme Wien: In der Metropole ist der Dialekt in der Defensive. Ungeachtet des Rückgangs von Deutsch als Muttersprache haftet ihm der Hautgout der Unterschicht an* (32). Auch hier wird thematisiert, dass Nicht-DialektsprecherInnen auf dem Land im Gegensatz zur Stadt als abgehoben gelten. Im Interview mit Scheutz findet sich ebenso eine Aussage zum Stadt-Land-Unterschied: *Bewohner alpiner Gegenden zeigen anhand ihres Dialekts offenbar höhere Ortsloyalität* (30).

3.4.1.6 Sprachforschung (34 Codes)

Auch diese Kategorie wurde erst induktiv gebildet, da die hohe Anzahl an Artikeln und Textstellen, die auf Sprachforschung referenzieren, im Vorfeld nicht absehbar war. Jedoch muss man hier gleich zu Beginn festhalten, dass der Begriff „Forschung“ in diesem Zusammenhang eher breit gefasst ist. Nicht immer geht es um wissenschaftliche Studien, deren Ergebnisse einer breiten Masse nähergebracht werden, sondern auch um Umfrageergebnisse von nichtwissenschaftlichen Institutionen. Interessant ist hierbei, dass solche Artikel in allen drei Zeitungen vertreten sind. In der Qualitätszeitung Der Standard sind es vorwiegend Interviews mit SprachwissenschaftlerInnen. Das Boulevardmedium Kronen Zeitung sowie die Gratiszeitung Heute bieten ihrer Leserschaft mit unterhaltsamen Sprachfakten und den bereits angesprochenen Beliebtheitsranking eher leichtere Kost.

Die erste Unterkategorie im Themenkreis Sprachforschung bildet die **Dialektforschung**. In den Interviews im Standard finden sich einige Aussagen zu konkreten Forschungsergebnissen. So zum Beispiel zum Dialekt in der Jugendsprache: *Befürchtungen, dies könne sich negativ auf die Deutschfähigkeiten auswirken, sind weit verbreitet, werden aber anhand einer Studie der Universität Oldenburg widerlegt. Über mehrere Jahre hinweg wurden Aufsätze von Kindern der dritten bis sechsten Schulstufe ausgewertet. Daraus ging hervor, dass Dialektsprecher bis zu 30 Prozent weniger Rechtschreibfehler machten* (25). Franz Patocka spricht über die Geschichte der Dialekte: *Die Dialekte waren zuerst da. Erst im Laufe des 16. Jahrhunderts wurden sie von der Schriftsprache überdacht. Die wieder wurde vermutlich erst ab der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts zur gesprochenen Sprache. Auch Dialekte sind nicht erst eine Erfindung der Neuzeit: „Das Latein, das wir heute in der Schule lernen, ist überspitzt ausgedrückt nichts anderes als der römische Stadtdialekt.“* (31). Es sind also durchaus vielfältige Themen, die hier beleuchtet werden.

In der Kronen Zeitung wird beispielsweise über eine Studie zum Gebrauch der Mundart in SMS berichtet: *Schweizer Forscher fanden 2010 heraus, dass drei Viertel der Nachrichten in Dialekt geschrieben werden. Dabei hat ein Team der Universität Zürich 24.000 Beispiele unter die Lupe genommen* (12). Abgerundet wird der Artikel durch eine Straßenumfrage unter Jugendlichen zu deren Dialekt-Gebrauch beim Texten – von der Theorie zur Praxis sozusagen. In der Heute findet sich neben den Artikeln zur Dialekt-Beliebtheitsumfrage auch ein Artikel zu einer Schimpfwortstudie: *Die Wiener sind nicht auf den Mund gefallen – zumindest wenn es ums Schimpfen geht. Wie eine neue Uni-Studie zeigt, kommen die verbalen Entgleisungen am häufigsten beim Autofahren vor* (17).

Ein weiteres beliebtes Thema innerhalb der Sprachforschung ist der **sprachliche Wandel**. Hierbei wird sowohl historischer Sprachwandel als auch die aktuelle Situation berücksichtigt. In einem Artikel über Dialekt in der Jugendsprache aus der Kronen Zeitung heißt es: *Sprache ist eben lebendig und verändert sich und „Dadurch, dass die Menschen weit mobiler sind als früher, haben sich so genannte Regionaldialekte gegründet.* Außerdem weist man darauf hin, dass der sprachliche Wandel vor allem in den Schulen greifbar ist, wo Dialekt mittlerweile auch gefördert wird und nicht mehr streng verboten ist (1). Im Standard berichtet Manfred Glauninger vom sprachlichen Wandel in der Bundeshauptstadt Wien, wo Dialekt sich aus der Alltagskommunikation zurückzieht und verstärkt andere Funktionen übernimmt: *Je seltener der Dialekt im Alltag wird, desto häufiger taucht er in anderen Sphären auf. Etwa in der Werbung und im Tourismus als Verkaufsschlager*

oder Kuriosum. Ähnlich verwenden auch Jugendliche einzelne dialektale Formen. Viele Wiener Teenager wissen gar nicht, dass „Oida“ eigentlich „Alter“ heißt (23).

Im Interview mit Scheutz konnten auch Textstellen zum Sprachwandel in ganz Österreich codiert werden: *Generell gibt es rasante sprachliche Veränderungen von kleinräumigen, lokalen Formen hin zu großräumiger geltenden, überregionalen Formen. Vielfach finden Annäherungen an die Standardsprache statt. Das ist leicht im Wortschatz wahrzunehmen – althergebrachte Ausdrücke entfallen etwa mit nicht mehr aktuellen Tätigkeiten und Geräten. Andere Änderungen fallen dem Sprachnutzer weniger auf: etwa wenn die doppelte Verneinung im Dialekt – „er hod ka Göd ned“ – verschwindet* (30).

Während in den vorher genannten Passagen von einem generellen Sprachwandel die Rede war, gibt es auch einige Aussagen zum **Aussterben des Dialekts** innerhalb des Korpus. Glauninger hat ja bereits auf den Fakt hingewiesen, dass Dialektausdrücke in Wien nur noch begrenzt zur Alltagssprache gehört. Er erläutert jedoch dazu weiters, dass *der Dialekt vermeintlich seit hunderten Jahren ausstirbt* (22). Ein Grund hierfür ist, dass der Dialekt nicht mehr wie früher von Generation zu Generation weitergegeben wird, denn *Eltern sprechen mit ihren Kindern in der Regel nicht Dialekt* (23). Bezüglich des Aussterbens von Dialekt scheinen sich die Geister zu scheiden, im Korpus finden sich jedoch mehr Aussagen, die auf einen Weiterbestand hindeuten – wenn jedoch in veränderter Form: *Die konservativen Formen der Dialekte sterben natürlich aus*, sagt Franz Patocka im Interview mit dem Standard, *das bedeutet aber nicht, dass sämtliche dialektalen Merkmale verschwinden* (31). Er glaubt also nicht an ein Aussterben des Dialekts.

Eine Sonderkategorie bildet die **Verwendung einzelner Dialektbegriffe** in den Zeitungsartikeln. Auf diese wird in Kapitel 3.4.2 noch genauer eingegangen. Diese finden sich oft in jenen Artikeln, die sich um Sprachforschung drehen und werden besonders oft in den Titeln verwendet. Teilweise wird damit ein edukativer Auftrag erfüllt und die Begriffe werden den LeserInnen erklärt, teilweise werden sie auch als Stilmittel ohne „Übersetzung“ stehen gelassen.

3.4.1.7 Bilder (44 Codes)

Die Analyse des verwendeten Bildmaterials in den Zeitungsartikeln erfolgte auf Basis von 44 Codes – fast jeder der 35 untersuchten Artikel war mit mindestens einem Bild versehen. Basierend auf dem einschlägigen Forschungsstand und theoretischen Postulaten lag die Annahme nahe, dass

die Bilder viele Stereotype über Dialekt und seine SprecherInnen (re-)produzieren würden, da diese in Bildmaterial leicht zu transportieren sind. Wenngleich mit 22 verschiedenen Bild-Codes doch eine diversere Visualisierung vorliegt, können einige der Codes zu Gruppen geclustert werden.

Mit Abstand am meisten Bilder im Korpus zeigen **Menschen** – gleich 33-mal wurden Personen abgebildet. Hierbei fällt auf, dass es sich dabei vorwiegend um Jugendliche oder ältere Personen handelt. Dies liegt aber unter anderem daran, dass einige der Bilder auf Artikel zu Straßenumfragen entfallen, bei denen in einem Fall nur Jugendliche und in einem anderen Fall nur Senioren-TouristInnen befragt wurden. Eine weitere Unterkategorie sind bekannte Menschen, also Prominente, die in den Zeitungen interviewt werden. Ebenso findet sich auch von den meisten interviewten WissenschaftlerInnen auch ein Foto zum Artikel. Auffällig ist, dass gleich auf 12 Bildern – also einem Drittel der Bilder mit Menschen – Personen in Tracht zu sehen sind, und zwar in unterschiedlichen Kombinationen: entweder ist es ein Mann oder eine Frau alleine in Tracht, ein Trachtenpärchen oder eine Gruppe in Tracht.



Abb. 7: Bilder mit Menschen (2, 14, 23)

Einen Sonderfall bildet die nächste Bildgruppe, zu der nun übergeleitet wird, die **Gegenstände**, nämlich Trachtenkleidung ohne Personen, die gleich zweimal abgebildet wurde. Ein weiterer Gegenstand im Kontext Brauchtum ist ein Maibaum. Die Beliebtheitsumfrage der Dialekte in der Kronen Zeitung wurde mit den passenden Bundesländer-Flaggen (nebst einem Trachtenpärchen) bebildert. Weiters fällt die Abbildung einer Wörterbuch-Seite in diese Kategorie. Bei Betrachtung der abgebildeten Gegenstände fällt auf, dass diese nicht alle einen konkreten Bezug zum im Text Geschriebenen aufweisen. So ist beispielsweise in jenem Artikel, der mit dem Maibaum illustriert wurde, keineswegs die Rede von der Tradition des Maibaumaufstellens oder einem konkreten Fest.



Abb. 8: Bilder mit Gegenständen (1, 30, 32)

Die dritte Gruppe innerhalb der Bilder sind die **abstrakten Bilder**. Hierbei handelt es sich um die kleinste Gruppe. In diese Kategorie fallen Wort-Collagen sowie eine Karikatur aus der Gratiszeitung Heute. Außerdem sticht ein Plakat der steirischen Tourismuswerbung hervor, welches für Aufsehen gesorgt hat. Es zeigt eine gezeichnete Frau, betitelt als Miss Steiermark, deren Körperteile mit Dialektwörtern erklärt werden. Stein des Anstoßes war hierbei, dass der Brustbereich der Dame mit dem abschätzig gebrauchten Dialektwort *Tuttln* und der Bauch mit dem ebenso negativ konnotierten *Wamperl* bezeichnet wurde. Der zugehörige Artikel berichtet von diesem Aufreger.



Abb. 9: Abstrakte Bilder (29, 15, 28)

Wie bereits im Theorieteil vorliegender dieser Arbeit erläutert, erfüllen Bilder in den Printmedien bestimmte Zwecke. Bei Stöckl (vgl. 2004: 252–253) werden die unterschiedlichen Funktionen von Bildern erläutert:

1. Gesamttextinhalte abstrahierend oder symbolisierend zusammenfassen,
2. prägnante Teile der Textstruktur (z. B. Teilthemen und deren logische Relationen untereinander) markieren bzw. hervorheben,

3. Text(teile) teilweise oder komplett ersetzen oder
4. Textaussagen perspektivieren und konnotativ aufladen.

Betrachtet man die Bilder im Korpus, sind die Punkte 1 und 2 am häufigsten vertreten. Viele der Bilder stellen den Gesamttextinhalt abstrahierend oder symbolisierend dar oder beziehen sich auf einen bestimmten Teilaspekt des Textes (oftmals Brauchtum, Identität oder Heimat). Punkt 3, also das Ersetzen von Textteilen, kommt hingegen gar nicht vor, was jedoch für die Textgattungen der Zeitungsartikel auch eher unüblich ist. Teilweise vertreten ist wiederum Punkt 4, da manche der Bilder als konnotative Aufladung der Texte fungieren (beispielsweise die Karikatur in Artikel 15).

Greift man weiters auch auf die Analysekriterien von Stöckl für Bild-Text-Beziehungen zurück, ist in diesem Kontext besonders die semantisch-pragmatische Brücke zwischen Sprache und Bild interessant, ein Konzept zur Ergründung, welche Botschaft aus der Kombination von Bild und Text vermittelt wird. Hier lassen sich die Bilder grob in zwei Gruppen teilen. Jene, die das im Text Gesagte abbilden oder unterstreichen und jene, die die Aussage des Textes abstrahieren oder keinen offenkundig erkennbaren Zusammenhang mit dem Text haben. In die erste Gruppe fallen die Bilder der interviewten Personen sowie auf der Straßen befragten PassantInnen, die Fotos von den Dialektkursen für MigrantInnen und das Plakat für die Miss-Steiermark-Wahl. Zur zweiten Gruppe zählen die Wort-Collagen, Bilder von Trachtenkleidung, der Maibaum und die große Zahl an Bildern von Personen in Tracht, bei denen der Text jedoch nicht von Tracht oder Brauchtum handelt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Bilder des Korpus einen deutlich höheren Stereotypisierungsgrad aufweisen als die Texte an sich. Bedenkt man, dass Zeitungen oftmals nur durchgeblättert und nicht Artikel für Artikel durchgelesen werden, ist dies natürlich besonders interessant. Den „überfliegenden“ LeserInnen stellt sich also ein deutlich stärker von Stereotypen geprägtes Bild von Dialekt und seinen SprecherInnen dar als jenen, die tatsächlich die Texte lesen.

3.4.2 Funktionalisierung sprachlicher Mittel

Neben den bereits in Kapitel 2.5.2 ausführlicher beschriebenen spezifischen sprachlichen Mitteln der Presse, wurden die codierten Textstellen auch auf allgemeine sprachliche Mittel im Sinne der Textlinguistik untersucht. Insgesamt konnten an 153 Stellen entsprechende sprachliche Mittel identifiziert werden, wobei manche codierten Segmente mehrere davon beinhalten.

Die folgende Tabelle bietet einen Gesamtüberblick über alle hierbei identifizierten sprachlichen Mittel inklusive Beschreibung und einem konkreten Beispiel aus dem Korpus:

Sprachliches Mittel	Beschreibung
Metapher	„Übertragung“ eines anschaulichen Ausdrucks auf etwas Abstraktes, schwer Fassbares (Kolmer / Rob-Santer 2008: 135) Beispiel: „Mein Dialekt ist ein Stück Heimat“ (31)
Meinungsäußerung	Subjektive Bewertung des Aussagenden (Interviewte Person, LeserbriefschreiberIn, JournalistIn), gekennzeichnet durch 1. Person oder direkte Rede Beispiel: „Mir ist auch bei den SMS wichtig, dass unser Dialekt erhalten bleibt.“ (1)
Framing	Positiv/negativ gefärbte Darstellung zur Meinungslenkung, nicht klar als Meinung gekennzeichnet (im Gegensatz zur Meinungsäußerung) Beispiel: „Kluge Köpfe sprechen Dialekt“ (11)
Statistik/Faktenargument	Konkrete Zahlen, Prozente oder Studienergebnisse Beispiel: „Weiters sagten 88 Prozent der Befragten der IMAS-Studie, der Dialekt sei für die Kultur enorm wichtig.“ (31)
Ironie/Sarkasmus	Bezeichnung eines Sachverhalts durch sein Gegenteil (Kolmer / Rob-Santer 2008: 143) Beispiel: „Verschriftlichter Dialekt positioniert den Megatrend Heimat zugleich als Gegenpol wie Komplementär der Technologiebezogenheit: Lederhose kontra Laptop.“ (32)
Hyperbel	Bewusste Übertreibung (in Anzahl, Größe, Gewicht, Intensität) in Vergrößerung (Auxesis) und Verkleinerung (Meiosis) (Kolmer / Rob-Santer 2008: 128) Beispiel: „Die Jungen lieben unseren schönen Dialekt.“ (1)
Euphemismus	„Beschönigende Bezeichnung“ eines meist unangenehmen oder kulturell als anstößig empfundenen Sachverhalts oder Begriffs (Kolmer / Rob-Santer 2008: 127)

	Beispiel: „Sie war von Anfang an entzückt vom Wiener Dialekt und dessen reichem Schimpfwortschatz, erzählt sie.“ (29)
Enumeratio	Aufzählung (ohne Nennung des Oberbegriffs), Aneinanderreihung von Einzelementen (Kolmer / Rob-Santer 2008: 100) Beispiel: „Gfrast. Bugl. Eitrige“ (26)
Dialektwörter	Verwendung von Dialektwörtern im Fließtext, mit oder ohne Erklärung Beispiel: „In den SMS schreiben die Jugendlichen meistens, wie ihnen der Schnowe gwochsn is und überlegen nicht lange, wie sie was formulieren.“ (18)

Die untenstehende Graphik bietet einen Gesamtüberblick über die Verteilung der sprachlichen Mittel innerhalb der 153 Fundstellen.

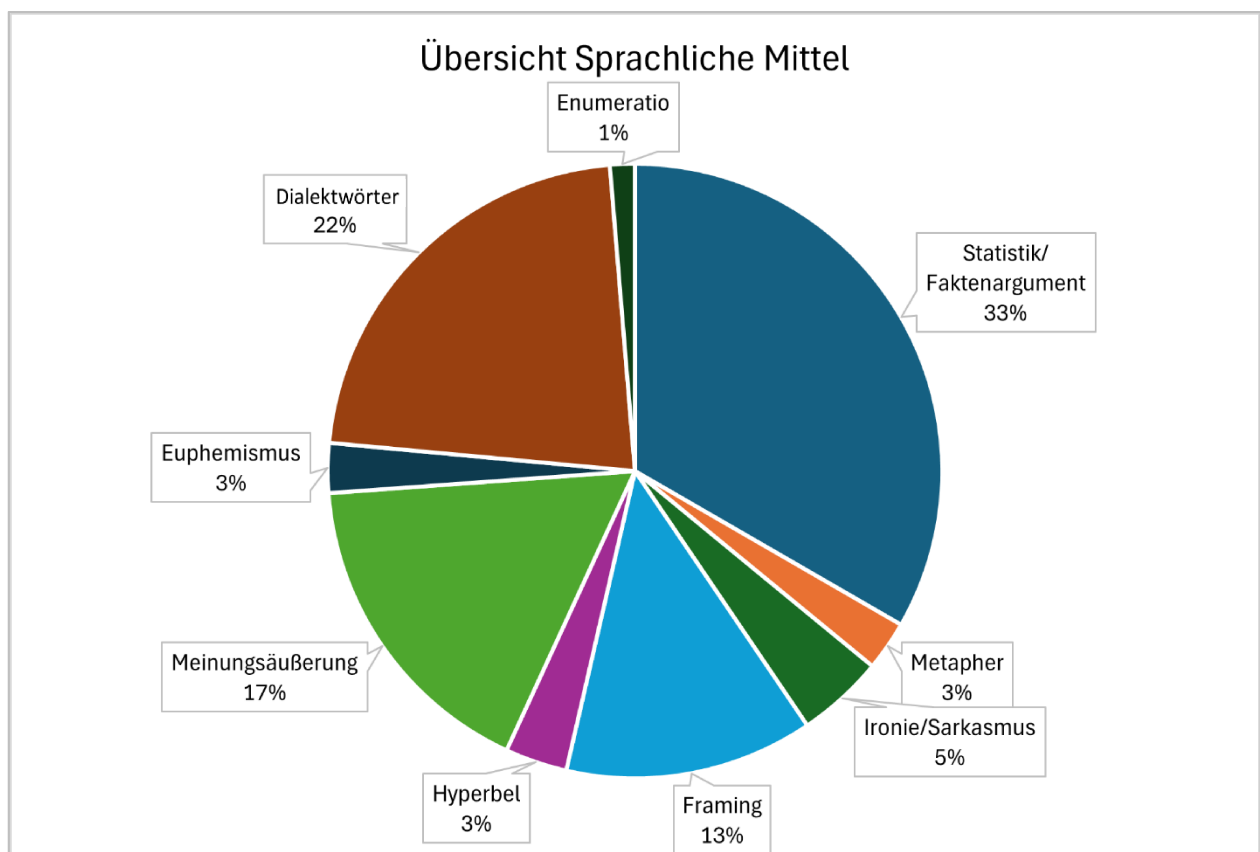


Abb. 10: Übersicht Sprachliche Mittel

Im gesamten Korpus finden sich nur vier **Metaphern**, die Dialekt als *Stück Heimat, sprachlichen Ausweis*“, *Familie* und *Gesang* bezeichnen (9, 24, 31). Deutlich häufiger kommen **Meinungsäußerungen** in den codierten Texten vor. Diese verteilen sich nicht nur auf die Textsorten Interview, Kommentar und Leserbrief, also die meinungsbetonten Texte, sondern finden sich auch in Berichten. Hier sind sie jedoch immer durch direkte Rede klar als subjektive Äußerungen gekennzeichnet. Insgesamt fällt auf, dass die Aussagen oft stark emotionalisiert sind und verstärkende Worte beinhalten, beispielsweise: *Dialekt ist etwas intimes [sic!] – die OÖ-Hymne finde ich zwar etwas schwermütig, aber sehr rührend* (9) oder *Dass Eltern ihre Kinder vor dem Dialekt bewahren wollen, halte ich aber für absurd* (30).

Deutlich häufiger als Metaphern konnte **Framing** gleich 20-mal in den codierten Textpassagen festgestellt werden. Im Gegensatz zu den Meinungsäußerungen wurden diese Stellen nicht klar als subjektive Aussagen gekennzeichnet. So finden sich beispielsweise in einigen Überschriften der Artikel stark meinungslenkende Aussagen wie *Kluge Köpfe sprechen Dialekt* (11), *Mundart als Kulturgut* (1) oder *Dialekt macht uns Österreicher sexy* (14). Gerade in Zeitungen, die oft nicht von Anfang bis Ende durchgelesen, sondern nur überflogen werden, sind es die großgedruckten Überschriften, die gelesen und – bewusst oder unterbewusst – erinnert werden. Weiters fallen einige der wertenden Aussagen über Dialekt auch in die Kategorie Framing. Hier werden bestimmte Funktionen und Vorzüge des Dialekts propagiert, beispielsweise *Der Dialekt ist deshalb so beliebt, weil er Vertrauen schafft* (3).

Die mit Abstand am häufigsten vertretene Kategorie innerhalb der sprachlichen Mittel ist **Statistik/Faktenargument** mit insgesamt 51 Textstellen. Wie bereits in Kapitel 3.4.1.6 erläutert, beschäftigen sich einige Artikel mit Sprachforschung oder Umfragen und Studien zum Dialekt. Hier werden oft Prozentangaben aus den Ergebnissen präsentiert: *52 Prozent der Befragten sagen klar: Der Dialekt ist für unsere Kultur besonders wichtig und gehört gepflegt* (13) oder *„Weiters sagten 88 Prozent der Befragten der IMAS-Studie, der Dialekt sei für die Kultur enorm wichtig* (31). Solche Angaben sind wichtig, um die Seriosität und Vertrauenswürdigkeit der genannten Quellen hervorzuheben. Neben tatsächlichen Statistiken, die mit Zahlen belegt werden, beinhaltet das Korpus auch viele Faktenargumente: *Andererseits findet man Regionen, die durch Sprache und Dialekt gewissermaßen markiert sind, sympathischer* (24) oder *SMS und andere Nachrichten werden hingegen oft bewusst im Dialekt verfasst, ohne groß auf Orthografie und Grammatik Rücksicht zu nehmen* (25). Die vielen Statistiken und Faktenargumente stehen im Kontrast zu jenen Stellen mit

Meinungsäußerungen und Framing. Insgesamt lässt sich also ein ausgewogenes Verhältnis zwischen ‚objektiver‘ Berichterstattung zum Thema Dialekt und meinungsbetonten Äußerungen feststellen.

Ironie und Sarkasmus sind in den analysierten Textstellen nur sehr spärlich vertreten und scheinen somit bei der printmedialen Darstellung von Dialekt kein beliebtes sprachliches Mittel zu sein. Die insgesamt sechs Fundstellen stammen aus Kommentaren, Leserbriefen und Berichten, bei Letzteren innerhalb einer direkten Rede. Ähnlich verhält es sich mit der **Hyperbel** und dem **Euphemismus**, die jeweils nur viermal aufzufinden waren. Die Enumeratio ist das Schlusslicht bei den sprachlichen Mitteln mit insgesamt nur zwei Textstellen.

Anders verhält es sich beim gezielten **Einsatz von Dialektwörtern**. Diese kommen in insgesamt 34 codierten Stellen vor. Hierbei muss grundsätzlich zwischen Dialektwörtern mit und ohne Erklärung unterschieden werden. Einen edukativen Auftrag erfüllen die JournalistInnen nur selten und wenn, dann liefern sie die passende Übersetzung direkt in Klammern mit, wie beispielsweise in dieser Passage aus einem Bericht in der Gratiszeitung Heute (15):

Beim Pfrnak, dem etwas „behmisch“ klingenden Wort, handelt es sich tatsächlich ganz einfach nur um die Nase. Wenn selbige rinnt und wir uns eine Strauken (Erkältung) gefangen haben, dann hilft viel Vitamin C. Am besten in Form einer Bitschn (großes Häferl) Hetscherltee (Hagebutten), Pome-ranzn (Orangen) und Ogrosi (Stachelbeeren). In der niederösterreichischen Küche findet sich übrigens noch mehr Abenteuerliches, wie zum Beispiel Bauschadl (Fisolen), Bramburi (Erdäpfel) und Aschanti (Erdnüsse).

In besagtem Artikel wird ein Dialekttest angepriesen, bei dem NiederösterreicherInnen ihre Dialektkompetenz testen können.

Weitaus öfter finden sich im Korpus Dialektwörter ohne Erklärung. Folgendes Zitat stammt aus einer Reportage zu Dialekt in Wien aus dem Standard und steht zu Beginn des Artikels, wohl um den Leser Lokalkolorit schnuppern zu lassen: *Am Würstlstand heißt's zum Beispiel so: „A Semmal konnst hob'n oda a Brot.“ Oder: „Mogst no was trinkn a?“* (26). Nicht dialektkundige LeserInnen müssten sich hier also selbst über die Bedeutung der Wörter schlau machen. Ganze Sätze im Dialekt kommen meist in Form von Zitaten vor, zum Beispiel aus Interviews, von Wahlplakaten oder wenn es um Aussagen von PolitikerInnen geht.

3.4.3 Parallelen und Unterschiede zwischen Qualitäts-, Gratis- und Boulevardzeitung

Forschungsfrage 3 fokussiert sich auf die jeweiligen Trägermedien der varietätenspezifischen Konzepte sowie der sprachlichen Mittel, nämlich die drei untersuchten Zeitungen. Aufgrund der unterschiedlichen Zielgruppen, Reichweiten und Rezeptionsarten lag die Vermutung nahe, dass sich die drei Printmedien auch im Hinblick auf die Darstellung von Dialekt und seinen SprecherInnen unterscheiden.

In der **Gratiszeitung Heute** fanden sich generell am wenigsten Artikel zum Thema Dialekt – dies könnte der Aufmachung des Mediums als schnelle Informationsquelle unterwegs geschuldet sein, die eine tiefergehende Beschäftigung mit komplexen Themen und Sachverhalten aufgrund der begrenzten Seiten- und Zeichenanzahl kaum möglich macht. Die sieben untersuchten Artikel zählen zu den informationsbetonten Textgattungen Bericht und Meldung. Dennoch sind sie inhaltlich vorwiegend unterhaltsam gestaltet und enthalten leicht zu verarbeitende, wenig komplexe Informationen.

Inhaltlich liefern sie weniger wissenschaftliche Fakten oder Statistiken, sondern beleuchten eher kuriose Aspekte des Themenkreises „Dialekt“. Da geht es um die „Dialekt-Lieblinge Tirol & Kärntnen“ (19), die „echten Wiener“, die am liebsten beim Autofahren schimpfen (17) und einen Hausmeister, der aufgrund seines Dialekts so schwer verständlich ist, dass eine Warnung vor ihm ausgesprochen wurde (18). Die beiden umfangreichsten Artikel aus der Heute handeln von einem Dialektkurs für MigrantInnen, in dem deren Integrationswille durch das Erlernen des örtlichen Dialekts sehr positiv herausgestrichen wird (20, 21). Das Bildmaterial zu den Artikel ist dominiert von Bildern mit Menschen, zwei von fünf dieser Fotos zeigen Personen in Tracht. Auch eine Karikatur sowie eine Illustration (Sprechblase mit Dialektwörtern) sind dabei.

Im **Boulevardmedium Kronen Zeitung** dominieren regionale Themen, meist in Verbindung mit Heimat, Identität und Brauchtum. Hier finden sich auch die meisten meinungsbetonten Artikel und Textpassagen. Ebenso wurden von der Kronen Zeitung die meisten Straßenumfragen zum Thema Dialekt durchgeführt. Statt eines wissenschaftlichen Blicks dominiert hier also die Sichtweise der „durchschnittlichen ÖsterreicherInnen“. In den Artikeln ist eine positive Grundstimmung gegenüber Dialekten deutlich spürbar. So konnten hier deutlich mehr positive Aussagen zum Dialekt codiert werden als in den anderen beiden Zeitungen. Auch viele Äußerungen hinsichtlich der Wichtigkeit des Erhaltens von Dialekt stammen aus der Kronen Zeitung. Interessant ist hierbei, dass alle behandelten Themenkreise sich um den Dialekt im Alltag und die persönliche emotionale

Beziehung zu dieser Sprachform drehen. Im beruflichen Kontext findet er lediglich im Zusammenhang mit Prominenten Erwähnung, die davon berichten, dass sie sich ihren jeweiligen Dialekt im Laufe ihrer Karriere abgewöhnt bzw. *abtrainiert* haben. Diese Aussagen werden von den LeserInnen der Kronen Zeitung in Form von Leserbriefen scharf kritisiert.

Betrachtet man das Bildmaterial, so fällt auf, dass in der Kronen Zeitung auf jedem einzelnen Bild Menschen zu sehen sind. Bis auf die Fotos der PassantInnen von den Straßenumfragen und eine Aufnahme von Christina Stürmer sind alle anderen Personen in Tracht abgebildet. Viele der Bilder stammen aus der Sonderserie „Unsa Hoamat“, was einmal mehr zeigt, dass Heimat, Tracht und Dialekt in der Kronen Zeitung als untrennbar miteinander verbunden dargestellt werden.

In der **Qualitätszeitung Der Standard** finden sich deutlich mehr wissenschaftliche Inhalte als in den anderen beiden Printmedien. Ganze fünf von den insgesamt vierzehn untersuchten Artikeln sind Interviews mit SprachwissenschaftlerInnen. Die LeserInnen der Gratiszeitung Heute und jene der Kronen Zeitung sind hingegen eher an „Fun Facts“ interessiert, die von den RedakteurInnen leicht verständlich aufbereitet werden. Werden doch Studienergebnisse präsentiert, geht es um Themen, mit denen sich wohl die meisten LeserInnen identifizieren können (Flirten, Schimpfen beim Autofahren, SMS schreiben). Im Standard sind die Themen abstrakter und teilweise ohne konkreten Praxisbezug für die LeserInnen. Zudem gehen die Artikel mehr in die Tiefe und berichten beispielsweise von Details wie Studienanlage, Stichprobengröße und Forschungsprojekten.

Dies muss unter dem Gesichtspunkt betrachtet werden, dass die Redaktion und die JournalistInnen selbst entscheiden, welche Themen es in die Zeitung schaffen, wenngleich diese ihre Inhalte in Hinblick auf die LeserInnenschaft auswählen. Man kann also davon ausgehen, dass das tendenziell höher gebildete Publikum des Standard an Forschung im Allgemeinen und Dialektforschung im Speziellen interessiert ist. Auch die anderen Artikel im Standard weisen mehr inhaltlichen Tiefgang und eine komplexere Sprache auf als jene in der Heute oder Kronen Zeitung. Dies spiegelt sich auch in den Artikeltypen wider: im Standard kam keine Meldung zum Thema Dialekt vor, zu finden waren lediglich Berichte, Interviews und Kommentare sowie die einzige Reportage im Korpus.

In Bezug auf Inhalte und somit auch varietätenspezifische Konzepte lassen sich also durchaus große Unterschiede zwischen den drei Printzeitungen feststellen. Ebenso verhält es sich mit den sprachlichen Mitteln. Während Framing in der Gratiszeitung Heute gar nicht vorkam, verteilen sich die Fundstellen auf Kronen Zeitung (12) sowie Standard (8). Ähnlich verhält es sich mit den

Metaphern, diese wurden nur in Standard (3) und Kronen Zeitung (1) gefunden. Bei den Faktenargumenten und Statistiken hat – wenig überraschend – Der Standard hat mit 30 von 51 Fundstellen klar die Nase vorne. Auch die Verwendung von Dialektwörtern in Überschriften und Fließtext ist vor allem beim Standard beliebt, der dies mit Abstand am häufigsten nutzt. Insbesondere Dialektwörter ohne Erklärung finden sich hier häufig. Diese als rhetorisches Stilmittel einzustreuen könnte eine Methode sein, um mehr Lokalkolorit in die Berichte und Reportagen einfließen zu lassen.

4. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Die Analyse der ausgewählten Zeitungsartikel zeigt, dass Dialekt in österreichischen Printmedien zwar kein regelmäßig bearbeitetes Thema ist, jedoch in bestimmten Kontexten – wie etwa durch themenspezifische Serien oder bei tagesaktuellen Umfragen – mediale Aufmerksamkeit erhält. Insgesamt wurden im Untersuchungszeitraum von elf Jahren lediglich 53 einschlägige Artikel in drei Tageszeitungen identifiziert, was auf eine insgesamt geringe Präsenz des Themas schließen lässt. Hier ergibt sich ein gewisser Widerspruch zu der dem Dialekt in den untersuchten Artikeln beigemessenen Relevanz für unsere Kultur und Identität. Dieser wird dabei stets als relevant bewertet und kommt dennoch selten in den Printmedien vor.

4.1 Dialekt und seine SprecherInnen im Spiegel der österreichischen Printmedien

Inhaltlich lassen sich klare thematische Schwerpunkte erkennen: Dialekt wird primär im Zusammenhang mit regionaler Identität, Alltagskommunikation, Brauchtum und Kultur verhandelt. Die zugeschriebenen Eigenschaften sind mehrheitlich positiv konnotiert – Dialekt gilt als sympathisch, sexy, kulturbewahrend und identitätsstiftend. Auch seine Funktion als Instrument politischer Kommunikation oder Ausdrucksmittel von Zugehörigkeit wird thematisiert, wobei hier vereinzelt kritische Töne angeschlagen werden, etwa im Zusammenhang mit Populismus oder nationalistischer Instrumentalisierung.

Die Analyse visueller Komponenten der Zeitungsartikel zeigt, dass Bilder häufiger stereotype Vorstellungen von Dialekt und dessen SprecherInnen transportieren als Texte. Besonders die wiederholte Darstellung von Personen in Tracht oder traditionellen Umgebungen verstärkt das konservative und folkloristische Bild, das medial vom Dialekt gezeichnet wird – teils unabhängig vom eigentlichen Artikelinhalt. Damit ergibt sich ein Spannungsverhältnis zwischen textlicher Differenziertheit und visueller Stereotypisierung. Zusammenfassung folgt nun eine Übersicht aller identifizierten **varietätenspezifischen Konzepte und sozialen Bedeutungen von Dialekt** in den untersuchten Printmedien:

- Positive Aussagen zum Dialekt: Dialekt ist sexy, dies gilt jedoch nicht für alle regionalen Varietäten. Dialekt ist weiters sympathisch und kommt vor allem bei Jugendlichen und TouristInnen gut an.

- Negative Aussagen zum Dialekt finden sich hauptsächlich in Interviews mit WissenschaftlerInnen im Rahmen referierender Bezugnahmen auf Forschungsergebnisse. Negative Aussagen in Kommentaren, Leserbriefen oder bei Straßenumfragen (d. h. vonseiten linguistischer Laien) finden sich im Korpus nicht – entweder sind diese tatsächlich äußerst selten oder sie schaffen es – intendiert oder zufällig – nicht in die Zeitung.
- Standarddeutsch (*Hochdeutsch* bzw. *Hochsprache*) wird als verbindendes Element konzipiert, das die Verständigung über regionale Grenzen hinaus ermöglicht.
- Funktionalitäten von Dialekt sind dessen Nutzung in der informellen Alltagskommunikation, als Identifikationsmittel und als Instrument politischer Kommunikation. Zudem ist Dialekt im Trend. Dialekt im beruflichen Kontext oder in der Schule wurde hingegen kaum bis gar nicht in den analysierten Artikeln thematisiert.
- Dialekt zu lernen und zu bewahren wird als positiv gesehen (z. B. Dialektkurs für MigrantenInnen, Dialekt-Liederabende). Wer sich Dialekt *abtrainiert* oder ihn absichtlich nicht sprechen möchte, wird als hochnäsig und Heimatverräter dargestellt.
- Regionalität ist sehr wichtig, es herrscht mehr Identifikation mit dem jeweils eigenen Dialekt als mit (Standard-)Deutsch als Staatssprache, der Dialekt bedeutet Heimatgefühl und Stolz hinsichtlich der eigenen Herkunft. Dialektrankings zeigen, dass *Kärntnerisch* am beliebtesten ist.
- Sprachforschung, Dialektstudien und -untersuchungen bieten einen guten Aufhänger für Artikel zum Dialekt (hoher Nachrichtenwert durch neue Forschungsergebnisse). Der Tiefgang bei der Darstellung variiert je nach Medium und Artikelgattung.
- Bilder sind stereotyper als Texte. Die meisten zeigen Menschen, viele davon tragen Tracht. Dies unterstreicht die Darstellung von DialektsprecherInnen als traditionsverbunden und konservativ.

Die **sprachliche Darstellung** in den untersuchten Artikeln ist geprägt durch eine Mischung aus Faktenargumenten und emotionalen Meinungsäußerungen. Der häufige Einsatz von Framing, insbesondere in Überschriften, lässt auf eine subtile Meinungslenkung schließen, die oft ohne explizite Kennzeichnung erfolgt. Besonders auffällig ist der gezielte Einsatz von Dialektwörtern im Fließtext und in Titeln – teils erklärend, teils stilistisch-effektiv zur Erzeugung von Lokalkolorit. Diese Praxis ist vor allem in der Qualitätszeitung *Der Standard* zu beobachten.

Der **Vergleich der drei Printmedien** unterstreicht deutliche Unterschiede in der thematischen Tiefe und Aufbereitung. Während Der Standard sich durch wissenschaftlich fundierte Berichterstattung auszeichnet, dominieren in der Kronen Zeitung emotionale, auf einschlägige Identitätskonstrukte abzielende Inhalte mit starker LeserInnenbindung. Die Gratiszeitung Heute hingegen behandelt Dialekt vorrangig als unterhaltsames Randthema, reduziert auf kurze, pointierte Darstellungen. Insgesamt spiegelt die Darstellung von Dialekt in den drei untersuchten Printmedien ihre intendierte Leserschaft und Rezeptionsweise wider. Dennoch überraschte der hohe Anteil an Forschungsinhalten zum Thema Dialekt im Standard.

4.2 Forschungsausblick

Die vorliegende Arbeit kann nur einen kleinen Ausschnitt eines umfangreichen Forschungsbereichs beleuchten. Aufbauend auf den Ergebnissen dieser Untersuchung lassen sich mehrere lohnende Forschungsperspektiven identifizieren. Besonders naheliegend erscheint eine Analyse der **Dialektnutzung in digitalen Kommunikationsräumen**. Soziale Medien wie Instagram, TikTok oder auch Podcasts bieten Plattformen, auf denen sich insbesondere junge Menschen bewusst dialektal äußern. Sie haben in vielen Fällen die in den vorliegend analysierten Artikeln thematisierte Kommunikation via SMS und Kurznachrichten ersetzt oder zumindest ergänzt. Eine solche Untersuchung könnte Aufschluss über neue, informelle Verwendungsräume und die Funktionen von Dialekt in der digitalen Alltagskommunikation geben.

Ein weiterer vielversprechender Ansatz liegt in der **Erforschung der medialen Rezeption**: Wie wirken sich visuelle Stereotype – etwa die wiederholte Darstellung von Personen in Tracht – auf die gesellschaftliche Wahrnehmung von DialektsprecherInnen aus? Welche Rolle spielen dabei sprachliche Mittel wie Framing oder der selektive Einsatz von Dialektwörtern in Headlines? Hier wären empirische Rezeptionsstudien ein sinnvoller methodischer Zugang.

Auch der **gezielte Einsatz von Dialekt im politischen Diskurs** bietet ein spannendes Untersuchungsfeld. PolitikerInnen bedienen sich häufig dialektaler Elemente, um Nähe und Authentizität zu suggerieren. Hier gilt es – wie in den beiden zuvor genannten Bereichen –, den bereits vorliegenden Forschungsstand zu ergänzen und zu analysieren, inwieweit dies als populistische Strategie wirkt und/oder möglicherweise zur politischen Polarisierung beiträgt.

Darüber hinaus wären **vertiefende Regionalstudien** von Interesse. Die vorliegende Analyse zeigt, dass gewisse Bundesländer wie Vorarlberg oder Tirol in der medialen Berichterstattung unterrepräsentiert sind. Eine gezielte Untersuchung könnte Aufschluss darüber geben, inwiefern und warum sich Dialektverwendung, entsprechende Zuschreibungen sowie Diskurse regional deutlich unterscheiden – insbesondere im Vergleich der österreichischen Bundesländer mit der Metropole Wien. Langzeitstudien zur Dialektkompetenz bei Jugendlichen könnten zudem klären, in welchen Regionen / sozialen Kontexten tatsächlich ein Dialektabbau vorliegt oder ob vielmehr eine Transformation hin zu neuen hybriden Sprachformen stattfindet. In diesem Zusammenhang wäre auch die Rolle der Schule und der familiären Sprachweitergabe zu hinterfragen.

Nicht zuletzt stellt die **Verbindung von Dialekt und migrantischer Integration** einen bislang nach wie vor zu wenig erforschten Bereich dar. Erste Hinweise aus dem vorliegend ausgewerteten Korpus legen nahe, dass Dialektkurse für MigrantInnen als Instrument erfolgreicher Integration wahrgenommen werden. Eine vertiefende Untersuchung könnte zeigen, welche sprachpolitischen Implikationen sich daraus ergeben und welche Chancen wie auch Hürden sich im alltäglichen Sprachkontakt durch den Dialekt für MigrantInnen ergeben.

Abschließend wäre ein **Vergleich der medialen Darstellung von Dialekt in klassischen Printmedien mit der Darstellung in digitalen Formaten** – etwa Blogs, Online-Zeitungen oder satirischen Webplattformen – besonders aufschlussreich. Solche Studien könnten helfen, die mediale Repräsentation sprachlicher Vielfalt im digitalen Zeitalter differenzierter zu erfassen und aktuelle Entwicklungen im öffentlichen Diskurs adäquat abzubilden. Hierbei wäre es auch interessant, die **Perspektive der JournalistInnen** als KommunikatorInnen tiefergehend zu untersuchen und deren persönliche Einstellungen zu Sprache, beziehungsweise Dialekt, mit dem von Ihnen Publizierten in Beziehung zu setzen.

5. LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS

5.1 Forschungsliteratur

Adaktylos, Anna-Maria (2007): Sprache und sozialer Status. In: Erler, Ingolf (Hg.): Keine Chance für Lisa Simpson? Soziale Ungleichheit im Bildungssystem. Wien: Mandelbaum, 48-55.

Ammon, Ulrich (1995): Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Das Problem der nationalen Varietäten. Berlin/New York: De Gruyter.

Ammon, Ulrich et al. (2004): Variantenwörterbuch des Deutschen. Die Standardsprache in Österreich, der Schweiz und Deutschland sowie in Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol. Berlin/New York: De Gruyter.

Anders, Christina A. (2010a): Die wahrnehmungsdialektologische Rekodierung von laienlinguistischem Alltagswissen. In: Anders, Christina A. / Hundt, Markus / Lasch, Alexander (Hg.): Perceptual Dialectology. Neue Wege der Dialektologie. Berlin/New York: DeGruyter. 67-88.

Anders, Christina A. (2010b): Wahrnehmungsdialektologie. Das Obersächsische im Alltagsverständnis von Laien. Berlin/New York: DeGruyter (Linguistik Impulse & Tendenzen 36).

Antos, Gerd (1996): Laien-Linguistik. Studien zu Sprach- und Kommunikationsproblemen im Alltag. Tübingen: Niemeyer.

Antos, Gerd / Niehr, Thomas / Spitzmüller, Jürgen (Hg.) (2019): Handbuch Sprache im Urteil der Öffentlichkeit. Berlin/Boston: De Gruyter (Handbücher Sprachwissen, Band 10).

Arendt, Birte (2010I: Niederdeutschdiskurse. Spracheinstellungen im Kontext von Laien, Printmedien und Politik (Philologische Studien und Quellen 224). Berlin: Erich Schmidt.

Arendt, Birte (2019): Wie sagt man hier? Bewertungen von Dialekt, Regionalsprache und Standard im Spannungsfeld regionaler Identität und sozialer Distinktion. In: Antos, Gerd / Niehr, Thomas / Spitzmüller, Jürgen (Hg.): Handbuch Sprache im Urteil der Öffentlichkeit. Berlin/Boston: De Gruyter (Handbücher Sprachwissen, Band 10), 333-352.

Bellamy, John (2012): Language Attitudes in England and Austria: A Sociolinguistic Investigation into Perceptions of High and Low-Prestige Varieties in Manchester and Vienna. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.

Bergler, Reinhold (1976): Vorurteile: Erkennen, Verstehen, Korrigieren. Köln: Deutscher Instituts-Verlag.

Bernstein, Basil (1971): Education cannot compensate for society. In: Cosin, Ben (Hg.): School and Society. A sociological reader. London: MIT Press (Open University Set Book.), 61-66.

Beuge, Patrick (2020): Sprachkritik und Sprachnormen. In: Niehr, Thomas / Kilian, Jörg / Schiewe, Jürgen (Hg.): Handbuch Sprachkritik. Stuttgart: J.B. Metzler, 355-360.

Blommaert, Jan / Verschueren, Jef (1998): Debating Diversity. Analysing the Discourse of Tolerance. London: Routledge.

Bucher, Hans-Jürgen (1999): Sprachwissenschaftliche Methoden der Medienforschung. In: Leonhard, Joachim-Felix / Ludwig, Hans-Werner / Schwarze, Dietrich / Straßner, Erich (Hg.): Medienwissenschaft. Berlin/New York: DeGruyter, 213–231 (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 15.1).

Burger, Harald (1999): Sprache der Massenmedien. 2. Auflage. Berlin/New York: De Gruyter.

Burger, Harald / Luginbühl, Martin (2014): Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsform der Massenmedien. 4. Auflage. Berlin/Boston: De Gruyter.

Busch, Brigitta (2019): Sprachreflexion und Diskurs: Theorien und Methoden der Sprachideologieforschung. In: Antos, Gerd / Niehr, Thomas / Spitzmüller, Jürgen (Hg.): Handbuch Sprache im Urteil der Öffentlichkeit. Berlin/Boston: De Gruyter (Handbücher Sprachwissen, Band 10), 107-139.

Casper, Klaudia (2002): Spracheinstellungen. Theorie und Messung. Norderstedt: Books on Demand (Heidelberger Schriften zur Sprache und Kultur 6).

Christen, Helen/ Guntern, Manuela/ Hove, Ingrid/ Petkova, Marina (2010): Hochdeutsch in aller Munde. Eine empirische Untersuchung zur gesprochenen Standardsprache in der Deutschschweiz. Stuttgart: Steiner (ZDL-Beiheft 140).

Christen, Helen (2012): Hauptsache irgendwie Dialekt? Intendierter Dialekt in der Kontaktzone von Dialekt und Standardsprache. In: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 42, 45-60.

de Cillia, Rudolf / Fink, Elisabeth / Ransmayr, Jutta (2013): Österreichisches Deutsch and Unterrichts- und Bildungssprache an österreichischen Schulen. In: ÖDaF-Mitteilungen 29/2, 34-47.

de Cillia, Rudolf / Ransmayr, Jutta (2014): Das österreichische Deutsch und seine Rolle als Unterrichts- und Bildungssprache. In: Lenz, Alexandra N. / Ahlers, Timo / Glauninger, Manfred M. (Hg.): Dimensionen des Deutschen in Österreich. Variation und Varietät im sozialen Kontext. Frankfurt am Main: Peter Lang Edition (Schriften zur deutschen Sprache in Österreich, Band 42).

Dernbach, Beatrice (2019): Die Denkmuster in unseren Köpfen. Frames vereinfachen die mediale Diskussion über komplexe Themen. In: Dernbach, Beatrice / Godulla, Alexander / Sehl, Annika (Hg.): Komplexität im Journalismus. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 63-70.

Dorostkar, Niku (2014): (Mehr-)Sprachigkeit und Lingualismus. Die diskursive Konstruktion von Sprache im Kontext nationaler und supranationaler Sprachenpolitik am Beispiel Österreichs. Göttingen: V&R unipress (Kommunikation im Fokus - Arbeiten zur Angewandten Linguistik Band 3).

Eggers, Hans (1977): Deutsche Sprachgeschichte. Band 4. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Eilders, Christiane (1997): Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Informationen. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Ender, Andrea / Kasberger, Gudrun / Kaiser, Irmtraud (2017): Wahrnehmung und Bewertung von Dialekt und Standard durch Jugendliche mit Deutsch als Erst- und Zweitsprache. In: ÖDaF-Mitteilungen 33/1, 97-110.

Fiedler, Klaus / Kurzenhäuser, Stephanie (2000): Das Linguistische Kategorienmodell und die sprachliche Vermittlung von Einstellungen. In: Deminger, Szilvia / Fögen, Thorsten / Scharloth, Joachim / Zwickl, Simone (Hg.): Einstellungsforschung in der Soziolinguistik und Nachbardisziplinen. Frankfurt am

Main: Peter Lang, 161-177 (Studies in Language Attitudes Band 10).

Giles, Howard / Coupland, Nikolas (1991): *Language: Contexts and Consequences*. Milton Keynes: Open University Press.

Gütschow, Adeline / Sommer, Denise / Ruhrmann, Georg (2010): Medienberichterstattung und kausale Inferenzen: Die Anwendung des Linguistic Category Model zur Untersuchung von Framing-Effekten beim Rezipienten. In: In: Schemer, Christian / Wirth, Werner / Wünschen, Carsten (Hg.): *Politische Kommunikation: Wahrnehmung, Verarbeitung, Wirkung*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fischer, 153-170.

Haas, Hannes (2008): *Medienkunde. Grundlagen, Strukturen, Perspektiven*. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage in Mitarbeit von Cornelia Wallner. Skriptum. Wien: WUV Universitätsverlag.

Haas, Walter (1998): Über die Entstehung von Sprachnormen im Gespräch. In: Ernst, Peter / Patocka, Franz (Hg.): *Deutsche Sprache in Raum und Zeit: Festschrift für Peter Wiesinger zum 60. Geburtstag*. Wien: Praesens Verlag, 285-296.

Haddock, Geoffrey / Maio, Gregory R. (2007): Einstellungen: Inhalt, Struktur und Funktionen. In: Jonas, Klaus / Stroebe, Wolfgang / Hewstone, Miles (Hg.): *Sozialpsychologie. Eine Einführung*. Heidelberg: Springer, 187-223.

Häusermann, Jürg (2011): *Journalistisches Texten*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Herz, Dieter (1983): *Mundart in der Zeitung. Möglichkeiten nicht-hochsprachlicher Beiträge in der Tagespresse*. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde e.V..

Hochscherf, Tobias / Steinbrink, Bernd (2017): Journalismus: „Wortwandlungen und Blumwerk gehören in die Zeitung nicht“. In: Scheuermann, Arne / Vidal, Francesca (Hg.): *Handbuch Medienrhetorik*. Berlin/Boston: De Gruyter, 227-256.

Huesmann, Annette (1998): *Zwischen Dialekt und Standard: Empirische Untersuchung zur Soziolinguistik des Varietätenspektrums im Deutschen*. Berlin/Boston: De Gruyter (Reihe Germanistische Linguistik, Band 199).

Hundt, Markus (1992): Einstellungen gegenüber dialektal gefärbter Standardsprache. Eine empirische Untersuchung zum Bairischen, Hamburgischen, Pfälzischen und Schwäbischen (*Zeitschrift für Dialektologie und Linguistik*. Beihefte 78). Stuttgart: Franz Steiner.

Hundt, Markus (2018): Wahrnehmungsdialektologie - quo vadis? In: Lenz, Alexandra N./ Plewnia, Albrecht: *Variation - Normen - Identitäten*. Berlin/Boston: DeGruyter.

Kallenborn, Tim (2011): Ein Ansatz zur Erhebung regionalsprachlicher Syntax. Überlegungen am Beispiel von Pronominaladverbien im Moselfränkischen. In: Christen, Helen / Patocka, Franz / Ziegler, Evelyn (Hg.): *Struktur, Gebrauch und Wahrnehmung von Dialekt. Beiträge zum 3. Kongress der Internationalen Gesellschaft für Dialektologie des Deutschen (IGDD), Zürich 7.-9. September 2009*. Wien: Praesens Verlag, 80-98.

Kaiser, Irmtraud (2006): Warum sagt ma des? Code-Switching und Code-Shifting zwischen Dialekt und Standard in Gesprächen des österreichischen Fernsehens. In: *Zeitschrift für Dialektologie und Linguistik* 73/3, 275-300.

Kaiser, Irmtraud / Ender, Andrea (2014): Das Spektrum der Sprachvariation im alemannischsprachigen Vorarlberg und im übrigen Österreich: Realisierungen und Kategorisierungen. In: Lenz, Alexandra N. / Ahlers, Timo / Glauninger, Manfred M. (Hg.): Dimensionen des Deutschen in Österreich. Variation und Varietät im sozialen Kontext. Frankfurt am Main: Peter Lang Edition (Schriften zur deutschen Sprache in Österreich, Band 42).

Kilian, Jörg / Niehr, Thomas / Schiewe, Jürgen (2010): Sprachkritik. Ansätze und Methoden der kritischen Sprachbetrachtung. Berlin: DeGruyter.

Kloss, Heinz (1978): Die Entwicklung neuer germanischer Kultursprachen seit 1800. 2 erw. Auflage. Düsseldorf: Schwann.

Knapp, Werner / Kucharz, Diemut / Gasteiger-Klicpera, Barbara (2010): Sprache fördern im Kindergarten. Umsetzung wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Praxis. Weinheim und Basel: Beltz.

Knöbl, Ralf (2012): Dialekt – Standard – Variation. Formen und Funktionen von Sprachvariation in einer mittelschwäbischen Schulklasse. Heidelberg: Winter.

Kolmer, Lothar / Rob-Santer, Carmen (2008): Studienbuch Rhetorik. Paderborn: Schöningh.

Konerding, Klaus-Peter (2001): Sprache im Alltag und kognitive Linguistik: Stereotype und schematisiertes Wissen. In: Lehr, Andrea / Kammerer, Matthias / Konerding, Klaus-Peter / Storrer, Angelika / Thimm, Caja / Wolski, Werner (Hg.): Sprache im Alltag. Berlin/Boston: De Gruyter, 151-172.

Kroisenbrunner, Sabrina V. (2015): Dialekt in Salzburger Kindergärten. In: ÖDaF-Mitteilungen 31/1, 115-127.

Kroskrity, Paul (2000): Regimenting languages. Language ideological perspectives. Oxford: James Currey.

Kuckartz, Udo / Rädiker, Stefan (2022): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. 5. Auflage. Weinheim: Beltz Juventa.

Künzler, Matthias (2013). Mediensystem Schweiz. Konstanz: UVK Verl-Ges. (Kommunikationswissenschaft, 1. Aufl.).

Lakoff, George / Johnson, Mark (1980). Metaphors we live by. Chicago: The University of Chicago Press.

Lambert, Wallace E. et al. (1960): Evaluational Reactions to Spoken Languages. Journal of Abnormal and Social Psychology 1/60, 44–51.

Lenz, Alexandra (2021): Task-Cluster D Perzeption. In: DiÖ-Online. URL: <https://dioe.at/projekte/task-cluster-d-perzeption/>.

Liebscher, Grit / Dailey-O’Cain, Jennifer (2009): Language Attitudes in Interaction. In: Journal of Sociolinguistics 13, 195-222.

Lippmann, Walter (1922): Public Opinion. New York: Harcourt, Brace and Company.

Löffler, Heinrich (1998): Dialekt und regionale Identität. Neue Aufgaben für die Dialektforschung. In: Ernst, Peter / Patocka, Franz (Hg.): Deutsche Sprache in Raum und Zeit: Festschrift für Peter Wiesinger

zum 60. Geburtstag. Wien: Praesens Verlag, 71-85.

Löffler, Heinrich (2016): Germanistische Soziolinguistik. 5. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag (Reihe Grundlagen der Germanistik 28).

Lüger, Heinz-Helmut (2011): Pressesprache. 2. Auflage. Tübingen: May Niemayer Verlag (Germanistische Arbeitshefte, Band 28).

Magin, Melanie / Stark, Birgit (2011): Österreich – Land ohne Leuchttürme? Qualitätszeitungen im Spannungsfeld zwischen publizistischer Leistung und strukturellen Zwängen. In: Blum, Roger / Bonfadelli, Heinz / Imhof, Kurt / Jarren, Otfried (Hg.): Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien. Wiesbaden: Springer VS, 97-114.

Mai, Robert / Hoffmann, Stefan (2010): Die Wirkung von Akzent und Dialekt in der internen und externen Kommunikation: Stand der betriebswirtschaftlich orientierten Forschung und Forschungsdirektiven. In: Journal für Betriebswirtschaft 60, 241-268.

Matthes, Jörg (2007): Framing-Effekte: Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellungen der Rezipienten. München: Reinhard Fischer.

Maurer, Marcus (2010): Die Einfluss verbaler und visueller Informationen auf die Urteilsbildung über Politiker. In: Schemer, Christian / Wirth, Werner / Wünschen, Carsten (Hg.): Politische Kommunikation: Wahrnehmung, Verarbeitung, Wirkung. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fischer, 53-70.

Mayring, Philipp (2010): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Flick, Uwe / von Kardorff, Ernst / Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Sozialforschung. Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 468-475.

Mayring, Philipp (2015). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. Weinheim: Beltz.

Mayring, Philipp (2016): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. 6. überarbeitete Auflage. Weinheim und Basel: Beltz.

Meier, Klaus (2018): Journalistik. 4. Auflage. Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft.

Moosmüller, Sylvia (1987): Soziophonologische Variation im gegenwärtigen Wiener Deutsch: eine empirische Untersuchung. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.

Moosmüller, Sylvia (1991): Hochsprache und Dialekt in Österreich: soziophonologische Untersuchungen zu ihrer Abgrenzung in Wien, Graz, Salzburg und Innsbruck. Wien/Köln/Weimar: Böhlau (Sprachwissenschaftliche Reihe, Band 1).

Mündges, Stephan / Lobigs, Frank (2020): Tages-, Wochen- und Gratiszeitungen und Anzeigenblätter. In: Krone, Jan./Pellegrini, Tassilo (Hg.): Handbuch Medienökonomie. Wiesbaden: Springer VS, 779-799.

Neuberger, Christoph / Kapern, Peter (2013): Grundlagen des Journalismus. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Niebaum, Hermann / Macha, Jürgen (2006): Dialektologie des Deutschen. 2., neubearbeitete Auflage. Tübingen: Max Niemeyer Verlag (Germanistische Arbeitshefte 37).

Oksaar, Els (1968): Sprachnorm und moderne Linguistik. In: Institut für deutsche Sprache (Hg.): Sprachnorm, Sprachpflege, Sprachkritik. Düsseldorf: Schwann, 67-78.

Paul, Ingwer (1999): Praktische Sprachreflexion. Tübingen: Niemeyer.

Peter, Ernst (2011): Textbewertungen. Eine empirische Untersuchung zu Sprachbewusstsein und Sprach-einstellungen. Tübingen: Stauffenburg Verlag Brigitte Narr GmbH.

Plewnia, Albrecht / Rothe, Astrid (2011): Von gebildeten Deutschen, freundlichen Sachsen und tempe-ramentvollen Bayern. Einstellungen zu Varietäten und ihren Sprechern. In: Christen, Helen / Patocka, Franz / Ziegler, Evelyn (Hg.): Struktur, Gebrauch und Wahrnehmung von Dialekt. Beiträge zum 3. Kon-gress der Internationalen Gesellschaft für Dialektologie des Deutschen (IGDD), Zürich 7.-9. September 2009. Wien: Praesens Verlag, 179-203.

Plewnia, Albrecht / Rothe, Astrid (2012): Sprache - Einstellungen - Regionalität. In: Eichinger, Ludwig M. / Plewnia, Albrecht / Schoel, Christiane / Stahlberg, Dagmar (Hg.): Sprache und Einstellungen. Spracheinstellungen aus sprachwissenschaftlicher und sozialpsychologischer Perspektive. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag, 9-19 (Studien zur Deutschen Sprache, Band 61).

von Polenz, Peter (1999): Deutsche Sprachgeschichte vom Spätmittelalter bis zur Gegenwart. Bd. III: 19. und 20. Jahrhundert. Berlin/New York: De Gruyter.

Preston, Dennis R. / Robinson, Gregory C. (2005): Dialect Perception and Attitudes to Variation. In: Ball, Martin J. (Hg.): Clinical Sociolinguistics. Hoboken: Blackwell Publishing, 133-149.

Purschke, Christoph (2014): REACT – Einstellungen als evaluative Routinen in sozialen Praxen. In: In: Cuonz, Christina / Studler, Rebekka (Hg.): Sprechen über Sprache. Perspektiven und neue Methoden der Spracheinstellungsforschung. Tübingen: Stauffenburg Verlag (Linguistik Band 81), 123-142.

Purschke, Christoph (2015): REACT – A constructivist theoretic framework for attitudes. In: Prikho-dkine, Alexei / Preston, Dennis R. (Hg.): Responses to Language Varieties. Variability, processes and out-comes. Amsterdam: John Benjamin, 37-54 (IMPACT: Studies in Language and Society 39).

Rahtu, Toini (2016): On the use of dialect in characterising interviewees in magazine articles. In: in-TRAlinea Special Issue: The Translation of Dialects in Multimedia III.

Rössler, Patrick / Haschke, Josef F. / Marquart, Franziska: Zur Selektion und Wirkung von Pressefo-tos. Eine rezipientenorientierte Untersuchung auf Basis von Fotonachrichtenfaktoren. In: Schemer, Chris-tian / Wirth, Werner / Wünschen, Carsten (Hg.): Politische Kommunikation: Wahrnehmung, Verarbei-tung, Wirkung. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fischer, 71-96.

Roth, Marita (2005): Stereotype in gesprochener Sprache. Eine linguistische Analyse narrativer Inter-views mit Ost- und Westberliner Sprechern 1993–1996. Tübingen: Stauffenburg.

Schäfer, B. (1994): Stereotype und Vorurteile als Voraussetzungen und Barrieren gesellschaftlicher Kom-munikation. In: Wessels, Karl F. / Naumann, Frank (Hg.): Kommunikation und Humanontogenese. Biele-feld: Kleine Verlag, 460-470.

Scheufele, Bertram / Engelmann, Ines (2016): Journalismus und Framing. In: Löffelholz, Martin / Rot-henberger, Liane (Hg.): Handbuch Journalismustheorien. Wiesbaden: Springer Fachmedien. 443-456.

Schmidlin, Regula (2011): Die Vielfalt des Deutschen: Standard und Variation. Gebrauch, Einschätzung

und Kodifizierung einer plurizentrischen Sprache. Berlin/Boston: DeGruyter (Studia Linguistica Germanica 106).

Schmidt, Jürgen Erich / Herrgen, Joachim (2011): Sprachdynamik. Eine Einführung in die moderne Regionalsprachenforschung (Grundlagen der Germanistik 49). Berlin: Erich Schmidt.

Schmitz, Ulrich (2004): Sprache in modernen Medien. Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Schmitz, Ulrich (2005): Sprache und Massenkommunikation. In: Ammon, Ulrich / Dittmar, Norbert / Mattheier Klaus J. / Trudgill, Peter (Hg.): Soziolinguistik. Ein internationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und Gesellschaft. 2. Auflage. Berlin/New York: DeGruyter. 1615-1627 (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 3.2).

Schneider, Jan Georg (2011): Was ist richtiges und gutes Deutsch? Sprachratgeber auf dem Prüfstand. In: Arendt, Birte / Kiesendahl, Jana (Hg.): Sprachkritik in der Schule: theoretische Grundlagen und ihre praktische Relevanz. Göttinger: V&R Unipress, 73-90.

Schneider, Nora / Spiekermann, Helmut / Till, Sarah (2011): Laiendialektologische Wahrnehmung schwäbischer Dialekte. In: Christen, Helen / Patocka, Franz / Ziegler, Evelyn (Hg.): Struktur, Gebrauch und Wahrnehmung von Dialekt. Beiträge zum 3. Kongress der Internationalen Gesellschaft für Dialektologie des Deutschen (IGDD), Zürich 7.-9. September 2009. Wien: Praesens Verlag, 235-258.

Schoel, Christiane / Stahlberg, Dagmar (2012): Spracheinstellungen aus sozialpsychologischer Perspektive II: Dialekte. In: Eichinger, Ludwig M. / Plewnia, Albrecht / Schoel, Christiane / Stahlberg, Dagmar (Hg.): Sprache und Einstellungen. Spracheinstellungen aus sprachwissenschaftlicher und sozialpsychologischer Perspektive. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag, 205-225 (Studien zur Deutschen Sprache, Band 61).

Schoel, Christiane / Eck, Jennifer / Roessel, Janin / Stahlberg, Dagmar (2012): Spracheinstellungen aus sozialpsychologischer Perspektive I: Deutsch und Fremdsprachen. In: Eichinger, Ludwig M. / Plewnia, Albrecht / Schoel, Christiane / Stahlberg, Dagmar (Hg.): Sprache und Einstellungen. Spracheinstellungen aus sprachwissenschaftlicher und sozialpsychologischer Perspektive. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag, 163-204 (Studien zur Deutschen Sprache, Band 61).

Schönbrunn, Bianka (2015): Emotionalität in der Berichterstattung deutscher und französischer Tageszeitungen: ein interkultureller Vergleich. Berlin: Frank & Timme GmbH Verlag für wissenschaftliche Literatur.

Schröder, Thomas (2017): Information und Meinung. Presstextsorten vor der Trennungsnorm. In: Pfefferkorn, Oliver / Riecke, Jörg / Schuster, Britt-Marie (Hg.): Die Zeitung als Medium in der neueren Sprachgeschichte. Korpora - Analyse – Wirkung. Berlin: De Gruyter, 165-176 (Lingua Historica Germanica 15).

Schwarz-Friesel, Monika (2007): Sprache und Emotion. Tübingen/Basel: Francke.

Semin, Gün R. / Fiedler, Klaus (1988): The Cognitive Functions of Linguistic Categories in Describing Persons: Social Cognition and Language. In: Journal of Personality and Social Psychology, 54/4, 558-568.

Siebenhaar, Beat (2010): Strukturierung von Variation und Sprachwandel in einer dialektologischen Labilitätszone. In: Löffler, Heinrich / Hofer, Lorenz Hofer: Stadtsprachenforschung. Hildesheim: Olms, 255-274 (Germanistische Linguistik 202-205).

- Silverstein, Michael** (1979): Language structure and linguistic ideology. In: Clyne, Paul R. / Hanks, William F. / Hofbauer, Carol L. (Hg.): The Elements. A Parasession on Linguistics Units and Levels. Chicago: Chicago Linguistic Society, 193-247.
- Soukup, Barbara** (2008): Zur Wechselbeziehung zwischen Sprachgebrauch und Spracheinstellungen in Österreich. 36. Österreichische Linguistiktagung Wien, 5. - 8. Dezember 2008.
- Soukup, Barbara** (2009): Dialect use as interaction strategy. Wien: Braumüller.
- Spiekermann, Helmut** (2008): Sprache in Baden-Württemberg. Merkmale des regionalen Standards. Tübingen: Niemeyer.
- Spitzmüller, Jürgen** (2005): Metasprachdiskurse. Einstellungen zu Anglizismen und ihre wissenschaftliche Rezeption. Berlin: de Gruyter.
- Steinegger, Guido** (1998): Sprachgebrauch und Sprachbeurteilung in Österreich und Südtirol, Ergebnisse einer Umfrage. Frankfurt am Main u. a.: Lang.
- Stöckl, Hartmut** (2004): Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte. Theorien. Analysemethoden. Berlin/New York: DeGruyter (Linguistik – Impulse & Tendenzen 3).
- Straßner, Erich** (1983): Rolle und Ausmaß dialektalen Sprachgebrauchs in den Massenmedien und in der Werbung. In: Dialektologie 2, 1509-1525.
- Thomas, George** (1991): Linguistic Purism. London/New York: Longman.
- Tophinke, Doris / Ziegler, Evelyn** (2006): „Aber bitte im Kontext!“ Neue Perspektiven der dialektologischen Einstellungsforschung. In: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 71, 205-224.
- Tophinke, Doris / Ziegler, Evelyn** (2014): Spontane Dialektthematisierung in der Weblogkommunikation: Interaktiv-kontextuelle Einbettung, semantische Topoi und sprachliche Konstruktionen. In: Cuonz, Christina / Studler, Rebekka (Hg.): Sprechen über Sprache. Perspektiven und neue Methoden der Spracheinstellungsforschung. Tübingen: Stauffenburg Verlag (Linguistik Band 81), 205-243.
- Vergeiner, Philipp C. / Buchner, Elisabeth / Fuchs, Eva / Elspass, Stefan** (2019): Sprachnormvorstellungen in sekundären und tertiären Bildungseinrichtungen in Österreich. In: Zeitschrift für Dialektologie und Linguistik 86/3, 284-330.
- Wehling, Elisabeth** (2016): Politisches Framing: Wie eine Nation sich ihr Denken einredet – und daraus Politik macht. Köln: von Halem.
- Wehrstein, Daniela** (2013): Deutsche und französische Presstexte zum Thema Islam. Die Wirkungsmacht impliziter Argumentationsmuster. Berlin/Boston: De Gruyter (Beihefte zur Zeitschrift für Romanische Philologie, Band 378).
- Wiesinger, Peter** (1988): Die deutsche Sprache in Österreich. Eine Einführung. In: Wiesinger, Peter (Hg.): Das österreichische Deutsch. Wien/Köln/Graz: Böhlau, 211-223 (Schriften zur deutschen Sprache in Österreich, Band 12).

Winter, Joanne (1992): Discourse as a resource: Methods of collecting language attitudes. Australian review of applied linguistics 15, No 1, 1-22.

5.2. Onlinequellen

Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen (2025): Tageszeitungen in Österreich nach Anzahl der Leser (Projektion in 1.000), <https://www.media-analyse.at/table/4261>, zuletzt abgerufen am 26.06.2025

Statista (2024): Zeitungen in Österreich, <https://de.statista.com/themen/3515/zeitungen-in-oesterreich/>, zuletzt abgerufen am 06.03.2025

6. KORPUS

6.1 Kronen Zeitung

1. Gantner, Christoph: Die Jungen lieben unseren schönen Dialekt!, Kronen Zeitung, 10.05.2014, S. 20-21
2. Gantner, Christoph: "Bei Interviews war es zu mühsam", Kronen Zeitung, 10.05.2014, S. 20
3. Gantner, Christoph: Oberösterreicher lieben ihr "Hoamatland", Kronen Zeitung, 11.05.2014, S. 26-27
4. Herrmann, Klaus: Schöner Umgang mit Heimat, Kronen Zeitung, 11.05.2014, S. 26
5. Unbekannter Verfasser: Schröder liebt die Schimpfkanonade, Kronen Zeitung, 11.05.2014, S. 27
6. Waldl, Simone: Ganze G'schichten in vier Zeilen, Kronen Zeitung, 18.05.2014, S. 32-33
7. Waldl, Simone: „Wichtig, über sich selbst zu lachen“, Kronen Zeitung, 18.05.2014, S. 32
8. Mayr, Florian: Oberösterreich am Wort - Dialekt üben, Kronen Zeitung, 18.05.2014, S. 32-33
9. Gantner, Christoph / Gaderer, Jasmin: Urlauber finden unseren Dialekt super!, Kronen Zeitung, 19.05.2014, S. 18-19
10. Kneifel, Gottfried: Oberösterreich am Wort - Pflegen statt abschaffen, Kronen Zeitung, 20.05.2014, S. 21
11. Gantner Christoph: "Kluge Köpfe sprechen Dialekt", Kronen Zeitung, 20.05.2014, S. 21
12. Hutter, Melanie: Schatzn per SMS, Kronen Zeitung, 25.08.2014, S. 18
13. Unbekannter Verfasser: Kärntnerisch ist Österreichs liebster Dialekt, Kronen Zeitung, 29.11.2014, S. 17
14. Münzer, Martina: Dialekt macht uns Österreicher sexy, Kronen Zeitung, 25.08.2020, S. 17

6.2 Heute

15. Heinz, Astrid: So spricht Niederösterreich, Heute, 21.10.2011, S. 16
16. Unbekannter Verfasser: Dialekt-Text zeigt Herkunft, Heute, 08.05.2015, S. 14
17. Unbekannter Verfasser: Ein echter Wiener schimpft am liebsten beim Autofahren, Heute, 24.10.2017, S. 12
18. Unbekannter Verfasser: Weil er zu viel Dialekt spricht: Schule warnt vor Hausmeister, Heute, 21.11.2017, S. 2
19. Unbekannter Verfasser: Dialekt-Liebliche Tirol & Kärnten, Heute, 25.08.2020, S. 8
20. Ruzmarinovic, Claudia: Verstehst mi? „Heute“ beim Dialektkurs für Migrantinnen, Heute, 25.09.2018; S. 11

21. Ruzmarinovic, Claudia: Leiwand: Erster Dialekt-Kurs für Migranten, Heute, 25.09.2018, S. 8

6.3 Der Standard

22. Springer, Gudrun: Reden wie "dahoam": Mundart boomt, Der Standard, 27.12.2010, S. 8

23. Yadlapalli, Lena: „Jeder Mensch hat ein Recht auf Sprachkreativität“, Der Standard, 06.07.2011, S. 14

24. Illetschko, Peter: „Der Dialekt ist wie eine Familie“, Der Standard, 18.04.2012. S. 12

25. Reitter, Edda / Rockenschaub, Judith: Warum Dialekt „urkeksi“ ist, Der Standard, 19.09.2012, S. 11

26. Minkin, Christa: A Eitrige mit an Bugl: Dialekt im wachsenden Wien, Der Standard, 16.09.2014, S. 8

27. Griesser, Doris: Bekenntnisse zur sprachlichen Sparsamkeit , Der Standard, 19.11.2014, S. 16

28. Schmidt, Colette M.: Tourismuswerbung mit Nackter mit „Tuttln“, Der Standard, 26.07.2017, S. 7

29. Krichmayr, Karin: Die Wiener lassen beim Schimpfen so richtig die Sau raus, Der Standard, 28.03.2018, S. 1

30. Pumhösel, Alois: „Kinder vor Dialekt bewahren zu wollen ist absurd“, Der Standard, 04.03.2020, S. 22

31. Pollerhof, Thorben: Wie uns der Schnabel gewachsen ist, Der Standard, 23./24.05.2020, S. 28

32. Plaikner, Peter: Politische Kampfzone Deutsch, Der Standard, 17.08.2020, S. 15

33. Feldkamp, Anne: Wienerisch mit Untertiteln, Der Standard, 18.08.2020, S. 11

34. Ogris, Günther: Der unsaubere Umgang mit der Umgangssprache, Der Standard, 14.09.2020, S. 15

35. Kirchengast, Josef: Geborgen in der Sprache, Der Standard, 24.10.2020, S. A4-A5

7. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: BY-SA M. Seltmann, dioe.at | regionalsprache.de: Dialektkarte Österreich

Abb. 2: Die sieben Phasen der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse. In: Kuckartz, Udo / Rädiker, Stefan (2022): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. 5. Auflage. Weinheim: Beltz Juventa. 132.

Abb. 3: Verteilung Artikel auf Erscheinungsjahre

Abb. 4: Verteilung Artikel auf Erscheinungsmonate

Abb. 5: Verteilung Artikelarten

Abb. 6: Verteilung Artikel auf Ressorts

Abb. 7: Bilder mit Menschen

Abb. 8: Bilder mit Gegenständen

Abb. 9: Abstrakte Bilder

Abb. 10: Übersicht sprachliche Mittel

8. ANHANG

8.1 Untersuchte Artikel

Im Sinne der Nachhaltigkeit werden alle untersuchten Artikel im PDF-Format via OneDrive zur Verfügung gestellt: [Masterarbeit_Austrian_Studies_Sandra_Fuchs_00800825](#)

LeserInnen der Printversion können mit dem folgenden QR-Code auf den Ordner zugreifen:



8.2 Abstract

Den Gegenstand vorliegender Masterarbeit bilden metapragmatische Aspekte der Darstellung österreichischer „Dialekte“ und ihrer SprecherInnen in ausgewählten Artikeln österreichischer Printmedien. Ziel dabei ist es, auf Basis einer diskurslinguistisch akzentuierten qualitativen Inhaltsanalyse folgende Forschungsfragen zu beantworten: 1) Welche (varietätenspezifischen) Konzepte und „soziale Bedeutung“ (Attitüden, Stereotype, Ideologeme, ...) reflektieren die Zeitungstexte (unter Berücksichtigung des dabei veröffentlichten Bildmaterials) hinsichtlich der (SprecherInnen der) Dialekte in Österreich? – 2) Lässt sich in diesem Zusammenhang die Funktionalisierung bestimmter sprachlicher Mittel (z. B. Metaphorisierung, Framing, ...) identifizieren? 3) Welche Parallelen und Unterschiede zeigen sich dabei zwischen der jeweils untersuchten „Qualitäts“- , „Gratis“- und „Boulevardzeitung“ (unter Berücksichtigung von Ressorts und Artikeltypen)?

Theoretisch verortet sich die Arbeit in der metapragmatischen Soziolinguistik – insbesondere in etablierten Ansätzen der einschlägigen Diskursforschung sowie der Sprachideologie- bzw. Sprach-einstellungsforschung – und der Medienlinguistik. Empirisch wird der Untersuchung ein qualitatives – und somit dezidiert nicht auf statistische Repräsentativität abzielendes – Design zugrunde gelegt. Dabei wird a) Forschungsliteratur hermeneutisch ausgewertet und b) eine inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse (nach Kuckartz / Rädiker 2022) eines Korpus von insgesamt 35 Artikeln aus „Kronen Zeitung“ (Boulevardblatt), „Heute“ (Gratiszeitung) und „Der Standard“ (Qualitätszeitung) aus den Jahren 2010–2020 vorgenommen.

Die Ergebnisse zeigen, dass mit dem Dialekt (und dessen SprecherInnen) in der Berichterstattung österreichischer Printmedien meist traditionelle, vorwiegend romantisierende /folklorisierende und manchmal abwertende Vorstellungen verknüpft sind. Neben Sympathiebekundungen reichen die Zuschreibungen von Authentizität bis hin zu Provinzialität und einem dezidiert negativ konnotierten Konservativismus. Zudem lässt sich erkennen, dass Boulevard- und Gratismedien verstärkt mit vereinfachenden Stereotypen arbeiten, während Qualitätsmedien subtilere, oft ironisierende Strategien realisieren. Die Verwendung bestimmter sprachlicher Mittel – etwa der gezielte Einsatz von Metaphern oder die Inszenierung / Stilisierung von Dialektbegriffen – verdeutlicht die Funktion der Medien als Instanzen gesamtgesellschaftlich relevanter Reproduktion bzw. Verbreitung und Verankerung von Sprachideologien.

Die Arbeit leistet einen interdisziplinär perspektivierten Beitrag zur Untersuchung sprachreflexiver Diskurse im gegenwärtigen Österreich im Spiegel reichweitenstarker Printmedien mit unterschiedlichen Zielgruppen. Sie trägt auf diese Weise dazu bei, eine Forschungslücke zu verkleinern. Auf Basis der erzielten Ergebnisse sind lohnende Anschlussforschungen möglich.

English Version

The subject of this master's thesis is metapragmatic aspects of the representation of Austrian “dialects” and their speakers in selected articles in Austrian print media. The aim is to answer the following research questions on the basis of a discourse-linguistically accentuated qualitative content analysis: 1) Which (variety-specific) concepts and “social meaning” (attitudes, stereotypes, ideologems, ...) do the newspaper texts (taking into account the published visual material) reflect with regard to the (speakers of the) dialects in Austria? - 2) Can the functionalization of certain linguistic devices (e.g. metaphorization, framing, ...) be identified in this context? 3) What parallels and differences can be identified between the “quality”, ‘free’ and “tabloid” newspapers examined (taking into account departments and article types)?

Theoretically, the work is rooted in metapragmatic sociolinguistics - in particular in established approaches to relevant discourse research and language ideology and language attitudes research - and media linguistics. Empirically, the study is based on a qualitative design that is decidedly not aimed at statistical representativeness. This involves a) a hermeneutic evaluation of research literature and b) a content-structuring qualitative content analysis (according to Kuckartz / Rädiker 2022) of a corpus of 35 articles from “Kronen Zeitung” (tabloid newspaper), ‘Heute’ (free newspaper) and “Der Standard” (quality newspaper) from the years 2010-2020.

The results show that dialect (and its speakers) are usually associated with traditional, predominantly romanticizing/folklorizing and sometimes pejorative ideas in the reporting of Austrian print media. In addition to expressions of sympathy, the attributions range from authenticity to provincialism and a decidedly negative connotation of conservatism. It can also be seen that tabloid and free media increasingly work with simplifying stereotypes, while quality media implement more subtle, often ironic strategies. The use of certain linguistic devices - such as the targeted use of metaphors or the staging/stylization of dialect terms - illustrates the function of the media as

instances of the reproduction, dissemination and anchoring of language ideologies relevant to society as a whole.

The thesis makes an interdisciplinary contribution to the investigation of language-reflexive discourses in contemporary Austria as reflected in wide-reaching print media with different target groups. In this way, it contributes to closing a research gap. On the basis of the results obtained, worthwhile follow-up research is possible.