

DIALEKTDATENERHEBUNG NEU GEDACHT: VOM NUTZEN DES NETZES FÜR DIE SPRACH- WISSENSCHAFT

Markus Kunzmann ist Germanist und wissenschaftlicher Mitarbeiter im DFG-Projekt VerbaAlpina am Institut für Romanische Philologie der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Christina Mutter ist Romanistin und Koordinatorin im DFG-Projekt VerbaAlpina am Institut für Romanische Philologie der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Dialektdaten können grundsätzlich auf zwei verschiedene Arten erhoben werden: Entweder durch direkten bzw. persönlichen Kontakt mit dem Dialektsprecher oder indirekt, d. h. aus der Ferne. Traditionell erfolgte Letzteres durch das Aussenden von Fragebögen. Dank dem Internet ist es heute möglich, bei der indirekten Datenerhebung durch die Methode des sogenannten *Crowdsourcings* ganz neue Wege zu gehen, durch die der Sprecher zugleich viel mehr in die Datenerhebung miteingebunden wird. Am Beispiel des Forschungsprojekts VerbaAlpina der Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) in München soll gezeigt werden, wie dies in der Praxis aussehen kann, was die veränderte Rolle des Internetnutzers vom reinen Konsumenten hin zum Lieferanten von Information damit zu tun hat und worin die Stärken und Schwächen der verschiedenen Erhebungsmethoden liegen.

Das Projekt VerbaAlpina – eine kurze Projektvorstellung

VerbaAlpina ist ein an der Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) in München angesiedeltes Forschungsprojekt <www.verba-alpina.gwi.uni-muenchen.de/>, das sich zum Ziel gesetzt hat, die zahlreichen Sprachen und Dialekte, die im Alpenraum gesprochen werden, zu untersuchen. Im Vordergrund steht dabei, Zusammenhänge in der Wortgeschichte der einzelnen Dialektwörter zu erkennen und so Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den einzelnen Sprachgruppen, die es im Alpenraum gibt, ausfindig zu machen.

VerbaAlpina wird als sogenanntes Langfristvorhaben seit Oktober 2014 mit einer Perspektive bis 2025 von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) gefördert und ist eine Kooperation des Instituts für Romanische Philologie und der IT-Gruppe Geisteswissenschaften (ITG) der LMU. Neben Sprachwissenschaftlern besteht das Team von VerbaAlpina demzufolge auch aus Informatikern, in deren Verantwortung die technische Umsetzung sowie die benutzerorientierte Gestaltung sämtlicher Websites und Tools liegt. Das Untersuchungsgebiet des Projekts ist länderübergreifend und auf den Zuständigkeitsbereich der sogenannten Alpen-

konvention beschränkt, einem internationalen Abkommen zwischen den Alpenländern (D, A, CH, I, F, FL, SLO, MC) sowie der EU für eine nachhaltige Entwicklung und den Schutz der Alpen.

TROTZ ENGER KULTURELLER VERFLECHTUNGEN IST DER ALPENRAUM IN SPRACHLICHER HINSICHT ÄUßERST BUNT

Der Alpenraum ist als Untersuchungsgebiet aus sprachwissenschaftlicher Sicht insbesondere deshalb von Interesse, weil man dort einerseits eine ähnliche Lebenswelt, gleichzeitig aber auch eine große sprachliche Vielfalt vorfindet. So sind im Alpenraum Sprachen aus drei großen Sprachfamilien vertreten: Germanisch, Romanisch und Slawisch. Demzufolge sind bei VerbaAlpina die Sprachen Deutsch, Französisch, Italienisch, Slowenisch, Rätoromanisch und ihre jeweiligen Dialekte Gegenstand der Untersuchung.

Das Projekt ist so konzipiert, dass in jeder Projektphase ein bestimmter Wortschatzbereich im Vordergrund steht. So drehte sich dabei in der ersten Projektphase (von Oktober 2014 bis Oktober 2017) alles um die Lexik aus dem Bereich der ‚Almwirtschaft‘, insbesondere der Milchverarbeitung. In der aktuellen Projektphase (seit November 2017 bis Oktober 2020) steht der Wortschatz aus dem Bereich ‚Natur‘, vorwiegend Begriffe aus den Themenbereichen ‚Flora‘, ‚Fauna‘, ‚Landschaftsformationen‘ und ‚Wetter‘, im Mittelpunkt. Bei einer erneuten Projektverlängerung würde in einer dritten Projektphase (von November 2020 bis Oktober 2023) der Fokus auf dem Wortschatzbereich ‚moderne Lebenswelt‘ liegen, insbesondere auf ‚Ökologie‘ und ‚Tourismus‘. Das Projekt wird durch zahlreiche internationale Kooperationspartner aus dem gesamten Alpenraum unterstützt <www.verba-alpina.gwi.uni-muenchen.de/?page_id=185&db=192>. Im Rahmen der Kooperationen kommt es sowohl zum Austausch von Daten als auch von Know-how. Ebenso wird gegenseitige Unterstützung im Bereich des Forschungsdatenmanagements geleistet.

Frühes Interesse an Wortschatz

Betrachtet man die menschliche Sprache, so gibt es in ihr Teilbereiche, die besonders leicht dem Wandel unterworfen sind, und andere, die sich vergleichsweise stabil halten. So gilt die Stellung von Wörtern in Sätzen (Satzsyntax) als eine relativ starre Ebene der Sprache, die sich nur zögerlich ändert, ähnliches lässt sich über die Aussprache (Phonetik, Phonologie) sowie die Bildung von Wörtern (Morphologie) sagen. Andere Bereiche hingegen sind, was den Wandel betrifft, progressiver. Einer dieser ist gewiss der Wortschatz (Lexik). Zugleich ist die Wahl der Lexik ein vergleichsweise bewusster Bestandteil eines Sprechvorgangs. Dies lässt sich daran erkennen, dass die Wahl von Wörtern oft einen sehr bewussten Prozess des Sprechens darstellt, bei dem man aus einem vorliegenden Repertoire genau den Ausdruck auswählt, der das Gedachte am besten abbildet.

DER WORTSCHATZ IST DEM SPRACH- WANDEL MIT AM STÄRKSTEN AUSGESETZT

Dieser konkrete Blick auf den Wortschatz ist wohl einer der Gründe, dass dieser selbst Gegenstand der ersten sprachwissenschaftlichen Anstrengungen in Form von Wortsammlungen und Wörterbüchern wurde. Das älteste Dialektwörterbuch des deutschen Sprachraums stellt das „Glossarium Bavaricum“ dar, das bereits im Jahr 1689 erschienen ist, also lange Zeit, bevor sich im 19. Jahrhundert das Fach Germanistik überhaupt erst etablieren konnte. Zwar gab es schon in althochdeutscher Zeit Wörterlisten, die sogenannten Glossen, doch diese verfolgten mehr einen praktischen Zweck und waren ein Hilfsmittel zur Übersetzung von Texten. Eine ausführliche Auseinandersetzung mit der Herkunft von Wörtern (Etymologie) war dabei aber noch nicht im Interesse der Verfasser dieser Glossarien. Durch diese starke lexikalische Orientierung der damals noch jungen Sprachwissenschaft und mit der Etablierung erster (dialektologischer) Wörterbuchprojekte war es notwendig, weitere Dialekterhebungen durchzuführen.

Erhebungsmethoden im Vergleich

Damals wie heute waren und sind sogenannte direkte Erhebungen ein probates Mittel, Sprachdaten zu erheben. ‚Direkt‘, das bedeutet hier, dass der Sprachwissenschaftler / die Sprachwissenschaftlerin im Feld agiert und den Informanten direkt aufsucht und befragt. Als Explorator erhebt er oder sie vor Ort unter Zuhilfenahme eines festen Fragenkatalogs das Sprachmaterial. Diese sehr unmittelbare Methode bringt einige Vorzüge mit sich. Sprachdaten, die auf diese Art und Weise gewonnen wurden, zeichnen sich meist durch eine vergleichsweise gute Qualität aus, da der Explorator über ein geschultes Ohr und die Möglichkeit, lautliche Feinheiten durch eine spezielle Lautschrift festzuhalten, verfügt. Die Schattenseite dabei ist freilich, dass es sich um eine zeit- wie kostspielige Methode handelt.

DIREKTE BEFRAGUNGEN SIND SCHÖN, MACHEN ABER VIEL ARBEIT

So müssen im Vorfeld geeignete Informanten gesucht und Termine vereinbart werden, zugleich verursachen die Reisen ins jeweilige Untersuchungsgebiet beträchtliche Kosten.

Eine Alternative zu dieser Form der Datengewinnung stellt die indirekte Erhebung dar. Mit ihr kann die Sammlung mittels Fragebögen erfolgen, der an die gewünschten Informanten gesendet und von ihnen ausgefüllt wird. Dieses Verfahren ist im Gegensatz zur direkten Erhebungsmethode vergleichsweise kostengünstig und erfordert in der Regel weniger Personal. Auch in zeitlicher Hinsicht bietet sie Vorteile, da die Gewährsleute den Zeitpunkt des Ausfüllens des Fragebogens selbst bestimmen können. Dadurch erscheint es auch wahrscheinlich, dass für indirekte Erhebungen tendenziell mehr Beitragende akquiriert werden können als es bei der direkten Methode der Fall sein könnte. Doch bei all diesen Argumenten für dieses Verfahren bringt es ebenso Nachteile mit sich. Ein Manko ist zum Beispiel die fehlende Interaktion zwischen Explorator und Informant. Während bei einer klassischen Interviewsituation der Explorator auf etwaige missverständene Fragen des Gesprächspartners eingehen und die Befragung noch in die gewünschte Richtung len-



ken kann, ist man bei der indirekten Methode auf das angewiesen, was vom Informanten schriftlich festgehalten wurde. Ebenso wenig können Reaktionen der Informanten wie das Zögern bei bestimmten Fragen, zusätzliche Informationen zum Sachverhalt und andere Ereignisse, welche vom Explorator während einer Befragungssituation wahrgenommen werden können, festgehalten werden. Da die Rückmeldung meist von den Gewährsleuten mit dem gängigen Alphabet dokumentiert wird, eignen sich indirekte Sprachdatenerhebungen tendenziell mehr für lexikalisch orientierte und nur eingeschränkt für lautlich orientierte Fragestellungen.

Indirekte Erhebungsmethoden im Einsatz

Es verwundert nicht, dass sich manche Forschungsvorhaben, trotz der erwähnten Einschränkungen, schon früh indirekter Erhebungsmethoden bedienen. Dialektwörterbücher wie zum Beispiel das des Brandenburg-Berlinischen Spracharchivs (BBSA) griffen zwischen 1950 und 1970 darauf zurück, so auch das Wörterbuch der bairischen Mundarten in Österreich (WBÖ) und das Schwesterprojekt, das Bayerische Wörterbuch (BWB) verwendet bis heute sogenannte Wörterlisten, die von ca. 400 Beitragenden in regelmäßigen Abständen ausgefüllt werden. Zu den bekanntesten indirekten Erhebungen dürfen die von Georg Wenker zählen, unter dessen Leitung bis Ende des 19. Jahrhunderts über 40.000 Fragebögen ins gesamte Deutsche Reich gesendet wurden. Die rund 40 Sätze des Fragebogens sollten von ortsansässigen Lehrern bzw. Schülern in den lokalen Dialekt übersetzt werden und sollten Eigenheiten in Aussprache und Grammatik ans Tageslicht bringen, die dann die Grundlage für den Deutschen Sprachatlas (DSA) bildeten.

Renaissance indirekter Erhebungen

Wer die Entwicklungen im Bereich der elektronischen Informationsverarbeitung verfolgt, dem mag vielleicht auffallen, dass in regelmäßigen Abständen Schlagwörter auftauchen, die den Diskurs bestimmen. Oft ist es die Werbung, die diese Wörter für sich vereinnahmt, um Produkte in einem möglichst innovativen und damit positiven Licht zu präsentieren. Bevor sie aber den Status als werbewirksames Wortmaterial gewinnen,

haben sie bereits eine Karriere als Fachwort im engeren Kreis der IT-Gemeinde hinter sich. Aus diesem Grund können sie durchaus als eine Art von Wegmarker eines Innovationsschubs oder eines Paradigmenwechsels gesehen werden. So bestimmte das Wort *Multimedia* in den 1990er Jahren die digitale Welt. Während dem Nutzer Information in der Zeit davor vorwiegend in Form von Text und einfachen Grafiken präsentiert wurde, so war es von nun an auch möglich, Ton- und Filmmaterial wiederzugeben. *Multimedia*, dieser Begriff wurde damals aber noch nicht notwendigerweise mit dem *World Wide Web* in Verbindung gebracht.

DER HEUTIGE USER NUTZT DAS NETZ NICHT NUR, ER GESTALTET ES AUCH

Ganz im Gegensatz dazu suggeriert das Leitwort der sogenannten Nullerjahre, das *Web 2.0*, auf den ersten Blick eine technische Neuerung des Internets, sozusagen eine neuere, zweite Version desselben. In Wirklichkeit beschreibt es aber vielmehr den neuen Gebrauchsansatz des *Webs*, nämlich weg von der monodirektionalen Verwertung des Mediums hin zu einer bidirektionalen Nutzung. Die Nutzer sollten in diesem Sinne fortan nicht nur die Konsumenten der Information sein, sondern diese gleichsam **bewusst**¹ hervorbringen.

Greift man die Idee auf, dass der Internetnutzer nicht mehr nur einseitiger Konsument von Information, sondern gleichzeitig deren Schöpfer ist, so werden die Parallelen zwischen indirekten Erhebungen und modernem *Crowdsourcing* offenbar. Deshalb ist es für Projekte, die ausschließlich auf die Mitwirkung der Bevölkerung angewiesen sind, schon seit längerem attraktiv, das Internet mit seinen Kommunikationsmöglichkeiten zum Zwecke der Datenerhebung zu nutzen. Der „Atlas zur Deutschen Alltagssprache“ (AdA) macht dies schon seit dem Jahr 2003 vor. Er dokumentiert die sprachliche Vielfalt im Bereich der Lexik im gesamten deutschsprachigen Raum und bietet darüber hinaus die Möglichkeit, eigenes Wortmaterial beizusteuern. Ähnliche Wege, wenngleich mit mehreren medialen Möglichkei-

ten, geht die ‚Dialekt Äpp‘. Mit ihr lassen sich Dialekte sehen und hören, ebenso bietet die Smartphone-App auch die Möglichkeit, eigene Sprache zu dokumentieren und so den Sprachdatenbestand weiter anwachsen zu lassen. Dies sind nur einige von vielen Beispielen.

Würde man beim *Crowdsourcing* jedoch nur von einer Neuauflage der klassischen indirekten Erhebung sprechen, die anstatt mit Fragebögen mit elektronischen Kommunikationsmitteln arbeitet, so würde man einige wichtige Aspekte dieser Methode ausblenden. So zeigt sich das *Crowdsourcing* im Gegensatz zu seinem papiernen Pendant als verhältnismäßig dynamisch. Durch die digitale Beweglichkeit kann nämlich prompt auf Verbesserungsvorschläge der Informanten eingegangen werden, zugleich können Änderungs- bzw. Ergänzungswünsche der Forscher selbst zügig umgesetzt werden.

DER GROßE MEHRWERT VON ONLINE-BEFRAGUNGEN BESTEHT IN DEREN FLEXIBILITÄT

Das *Crowdsourcing* beweist dadurch eine relative Unmittelbarkeit zwischen Explorator und Informant und bewegt sich damit zwischen direkter Befragung auf der einen und klassischer indirekter Erhebungsmethode auf der anderen Seite. Nicht zuletzt unterscheidet sich diese Methode von anderen Erhebungsverfahren dadurch, dass hier der Informant zum Sprachwissenschaftler kommt und nicht umgekehrt.

Crowdsourcing – Was ist das?

Der Begriff *Crowdsourcing* geht auf Howe (2006) zurück und ist ein sogenanntes *Blending*, d. h. eine Wortkreuzung, die die beiden Konzepte des *Outsourcings* und der *Crowd Intelligence* (Schwarmintelligenz) in einem Wort vereint. Die Methode des *Crowdsourcings* kam zunächst in erster Linie für die Ideenfindung in unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern zum Einsatz. Anstatt des *Outsourcings* von Aufgaben an bestimmte Dienstleister wird die Aufgabe beim *Crowdsourcing* von einer Gruppe von *Crowdern*, d. h. von einer unbestimmten

und anonymen Gruppe von Menschen aus der *Crowd*, gelöst. *Crowdsourcing* hat dabei meist die Gestalt einer Online-Befragung. Anders als bei der klassischen Online-Befragung, wo zwischen verschiedenen vorgegebenen Antwortmöglichkeiten gewählt werden kann, können diese beim *Crowdsourcing* von den Teilnehmern jedoch auch selbst eingebracht bzw. ausgewählt werden. Wie bei der Online-Enzyklopädie Wikipedia wird dabei beim *Crowdsourcing* auf die Leistung des Kollektivs gesetzt, das meist, aber nicht ausschließlich, aus Laien besteht. *Crowdsourcing*-Verfahren sollten daher intuitiv leicht auffindbar und zugänglich sein. Die größte Herausforderung beim *Crowdsourcing* stellt jedoch die Qualitätssicherung der erhobenen Daten dar. Diese kann am besten gewährleistet werden, wenn man dem zentralen Grundsatz folgt, niemals ausschließlich auf die Richtigkeit der Antworten eines einzelnen *Crowders* zu vertrauen. VerbaAlpina formuliert dies wie folgt: ‚Einmal ist keinmal, zweimal ist immer‘. Es wird also versucht, sich die gelieferten Daten durch andere Sprecher desselben Orts bestätigen und validieren zu lassen.

Notwendigkeit des Crowdsourcings bei VerbaAlpina

Das Sprachmaterial, das VerbaAlpina zusammenträgt und analysiert, stammt in erster Linie aus Sprachatlanten und Wörterbüchern der vergangenen hundert Jahre, die georeferenzierte Belege enthalten, d. h. deren genauer Herkunftsort bekannt ist. Diese Quellen decken jedoch oft nur geographische Teilbereiche des Alpenraums ab und unterscheiden sich teils erheblich hinsichtlich Entstehungszeit und der darin dokumentierten Begriffe. Auf diese Weise entsteht deshalb ein zunächst heterogener Datenbestand.

CROWDSOURCING KANN HELFEN, DEN SPRACHLICHEN STATUS QUO FESTZUSTELLEN

Um die Inkonsistenzen zwischen den bereits vorliegenden Quellen auszugleichen, Lücken bzw. Ungenauigkeiten zu beseitigen und überkommene Bezeichnungen als solche zu kennzeichnen, kommt bei VerbaAlpina die bereits beschriebene Methode des *Crowdsourcings* zum Einsatz, d. h. Dialektdatenerhebung im Internet mittels einer Online-Sprecherbefragung. Zu



Abb. 1: Crowdsourcing-Oberfläche mit Untersuchungsgebiet im Zentrum

diesem Zweck hat VerbaAlpina ein eigens dafür konzipiertes Internetportal entwickelt, über das die *Crowd*, d. h. im Fall von VerbaAlpina alle interessierten Dialektsprecher, die Möglichkeit hat, Dialektbegriffe aus ihrer jeweiligen Gemeinde beizusteuern.

Nachdem man den jeweiligen Dialekt ausgewählt hat, dreht sich die Online-Befragung dabei um eine zentrale Frage: Wie sagt man zu ‚Begriff‘ in ‚Gemeinde‘? Abbildung 1 zeigt die Crowdsourcing-Oberfläche sowie das Untersuchungsgebiet von VerbaAlpina mit den bereits gemachten Eintragungen der Nutzer in Form von blauen Kreisen, hinter denen sich die eingetragenen Sprachbelege verbergen. Jeder Sprecher muss also zunächst die Gemeinde wählen, für die Eintragungen gemacht werden sollen und kann dann aus einer Liste an Begriffen aus den Bereichen ‚Almwirtschaft‘ und ‚Natur‘ auswählen, zu welchem Begriff er das von ihm in seinem Sprachgebrauch verwendete Dialektwort beisteuern will. Willkommen sind darüber hinaus auch Kommentare, z. B. zu Herkunft und Verbreitung von Wörtern bzw. Worttypen. Sobald eine Eintragung gemacht wurde, ist diese auf der Karte für alle Nutzer sichtbar und die eigenen Beiträge können so mit denen anderer Dialektsprecher verglichen werden. Um besser zu veranschaulichen, welcher Begriff jeweils gemeint ist, ist die Befragung bildgestützt, d. h. zu jedem ausgewählten Begriff (z. B. ‚Butter‘, ‚melken‘) wird dem Nutzer auch immer ein entsprechendes Bild angezeigt.

Immerwährende Aktivierung der *Crowd*

Eine der größten Herausforderungen hinsichtlich der Datenerhebung mittels *Crowdsourcing* besteht wohl zweifelsohne darin, die Sprecherbeteiligung möglichst fortwährend und mehr oder weniger konstant hoch zu halten. Die Erfahrungen mit dieser Datenerhebungsmethode, die seit mittlerweile über zwei Jahren bei VerbaAlpina zum Einsatz kommt, haben gezeigt, dass der erfolgreiche Einsatz des *Crowdsourcings* ganz wesentlich von gezielten Publicity-Aktionen abhängt. So zeigt sich, dass die Aktivitäten der *Crowd* jedes Mal an-

steigen, wenn die Online-Befragung zuvor in irgendeiner Form in der Öffentlichkeit beworben worden ist. VerbaAlpina hat zu diesem Zweck verschiedene Maßnahmen ergriffen, die jedoch in Ertrag und Reichweite teils stark variierten. Die Online-Sprecherbefragung wurde sowohl durch populärwissenschaftliche Vorträge in der Erwachsenenfortbildung einschlägiger Berufsgruppen beworben als auch durch zielgruppenorientierte Posts auf Facebook, Textbeiträge in diversen (Online-)Zeitung und Zeitschriften sowie in mehreren Radiointerviews. Das von VerbaAlpina durchgeführte Monitoring der *Crowd*-Aktivitäten zeigt, dass vor allem Projektberichte im Internet den größten Ertrag und die größte Reichweite nach sich ziehen, da die Sprecher dort über einen Link direkt online zur *Crowdsourcing*-Seite von VerbaAlpina weitergeleitet werden, ohne davor das Medium wechseln zu müssen.

MITMACH-AUFFORDERUNGEN SIND GERADE ONLINE AM EFFEKTIVSTEN

Das mit Abstand stärkste Echo fand dabei ein Beitrag auf der Website des Bayerischen Rundfunks (BR) im Rahmen der Dialekt-Themenwoche des BR vom 27.4.2018 bis 4.5.2018. Dank dieses Beitrags konnten 183 neue deutsche Informanten aus 126 Gemeinden gewonnen werden, die insgesamt 2.082 Belege beisteuerten. Relativ erfolgreich war auch ein Textbeitrag über VerbaAlpina auf den News-Portalen von <OVb24.de>, den Online-Portalen des Oberbayerischen Volksblatts, am 19.6.2018, durch den 66 neue deutsche Informanten aus 43 Gemeinden verzeichnet werden konnten sowie insgesamt 657 neue Sprachbelege. Am wenigsten Erfolg hatten hingegen Radiointerviews und populärwissenschaftliche Vorträge.

Insgesamt haben bisher 1.084 *Crowder* am *Crowdsourcing* von VerbaAlpina teilgenommen und bislang 16.200 Dialektformen (Stand: 14.2.2020) beigesteuert. Abbildung 2 zeigt, wie viele Belege aus den einzelnen Ländern stammen (siehe Abb. 2). Um die Motivation unter

den Dialektsprechern zu steigern, führt VerbaAlpina u. a. eine Rangliste über die aktivsten Gemeinden. Angeführt wird diese Liste derzeit von den beiden benachbarten italienischen Gemeinden Colle Santa Lucia und Selva di Cadore in der Provinz Belluno in den Dolomiten. In Colle Santa Lucia, das den 1. Platz belegt, konnten bislang stolze 1.250 Sprachbelege verzeichnet werden, dicht gefolgt von Selva di Cadore, das mit 1.014 Belegen auf Platz 2 liegt. An dritter Stelle steht im Moment Biasca, eine Gemeinde im Bezirk Riviera, im Schweizer Kanton Tessin (727 Belege). In der Liste der beliebtesten Begriffe belegen die Begriffe Butter, Almhütte, Käse und Milch die Plätze 1-4.

Mitmachen beim *Crowdsourcing* von VerbaAlpina

Alle Leser, insbesondere Dialektsprecher aus dem Alpenraum, sind herzlich eingeladen, beim *Crowdsourcing* von VerbaAlpina mitzumachen. Sprecher, die nicht aus dem Alpenraum kommen, sind ebenso willkommen, Eintragungen zu machen. Die Vorgehensweise unterscheidet sich dabei lediglich dadurch, dass sie ihre Gemeinde nicht über die von VerbaAlpina vorgegebene Liste, sondern durch einen einfachen Mausklick auf ihre Gemeinde auswählen. Die Teilnahme erfolgt online auf www.lmu.de/verbaalpina. Hier können Sprecher je nach Sprachraum angeben, welche Bezeichnungen sie in ihrem jeweiligen Dialekt für bestimmte Begriffe aus den Wortschatzbereichen ‚Almwirtschaft‘ oder ‚Natur‘ verwenden. Wird dabei im Vergleich zu anderen Usern besonders großer Einsatz gezeigt, kann man hier sogar zum Champion des Monats ernannt werden oder die eigene Gemeinde auf Platz 1 der aktivsten Gemeinden bringen. Die Online-Befragung richtet sich an Dialektsprecher aller Altersklassen. Die Seite ist kompatibel für Smartphones und kann somit problemlos auch von unterwegs aufgerufen werden. ■

Literatur

- Atlas zur deutschen Alltagssprache (Stephan Elspaß, Robert Möller) <www.atlas-alltagssprache.de> (Stand: 15.2.2020)
 Bayerisches Wörterbuch, <www.bwb.badw.de> (Stand: 15.2.2020)
 Brandenburg-Berlinisches Spracharchiv, <www.bsba-potsdam.de> (Stand: 15.2.2020)
 Dialekt App (Adrian Leemann, Marie-José Kolly) <www.dia-laektaapp.ch> (Stand: 15.2.2020)
 Howe, Jeff (2006): The rise of crowdsourcing. In: Wired 14. <www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html> (Stand: 15.2.2020)

- Juska-Bacher, Britta / Biemann, Chris / Quasthoff, Uwe (2014). Webbasierte linguistische Forschung: Möglichkeiten und Begrenzungen beim Umgang mit Massendaten. In: Linguistik Online, 61(4). <<https://doi.org/10.13092/lo.61.1274>> (Stand: 15.2.2020)
 Krefeld, Thomas / Lücke, Stephan: s.v. „Crowdsourcing“. In: VerbaAlpina.de 19/2 (Erstellt: 16/1): Methodologie, <https://doi.org/10.5282/verba-alpina?urlappend=%3Fpage_id%3D493%26db%3D192%26letter%3DC%2312>
 Springer Gabler Verlag (Hg.): Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Web 2.0, online im Internet: <<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/web-20-51842/version-274993>> (Stand: 15.2.2020)
 Wörterbuch der bairischen Mundarten in Österreich, <<https://vawadioe.acdh.oeaw.ac.at/projekte/wboe>> (Stand: 15.2.2020)

Anmerkung

- ¹ Die Betonung auf die bewusste Handlung des Beisteuerns von Information soll hier besonders hervorgehoben werden, da im Gegensatz dazu *Big Data* – ein bzw. das IT-Schlagwort der Zehnerjahre – zwar auch vom Nutzer generiert wird, hier jedoch insbesondere die Zielgerichtetheit nicht vorhanden ist. ■

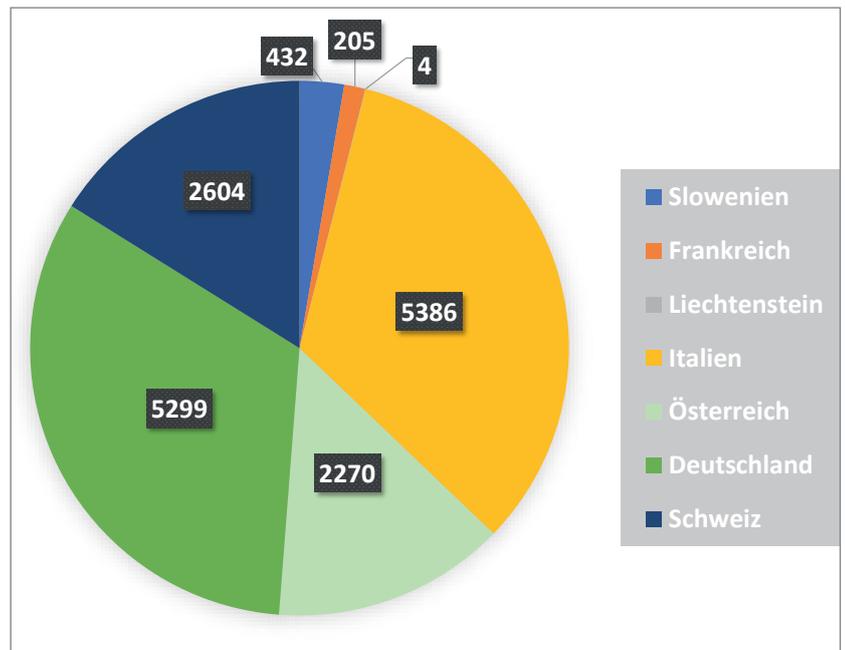


Abb. 2: Anzahl der Belege nach Staat