

Prosumer-Kreativität und Variation in einem Coronavirus-Meme-Korpus.

Marion G. Müller, Katharina Christ, Christof Barth

Während der Anfangsphase der Corona-Pandemie (23. März bis 6. Juni 2020) wurde eine Sammlung aus Memes zum Corona-Virus und seinen Begleiterscheinungen für das öffentliche Leben erstellt, um zu untersuchen, wie diese Krise mit textlichen und visuellen Mitteln verarbeitet wird. So entstand ein Korpus von ca. 1.100 Memes. In den nächsten Monaten soll dieser Korpus im Hinblick auf folgende Forschungsfragen untersucht werden:

FF1: Welche visuellen und textuellen Meme-Motive wurden während der Krise erzeugt?

FF2: Wie verhalten sich die Motivtypen über den Untersuchungszeitraum?

FF3: Welche kreativen Muster der Krisenkommunikation können identifiziert werden?

FF4: Welches sind die hauptsächlichen Bedeutungen der Coronavirus-Memes?

FF5: Welche Emotionen werden mit Coronavirus-Memes ausgedrückt?

FF6: Was sind die Funktionen der Meme-Produktion während der Coronakrise?

Auf Basis des Korpus wurden beispielsweise über 30 Typen identifiziert, die weiter untersucht werden, auch auf den Produktionskontext (etwa die Verwendung von Mustervorlagen) oder das Zusammenspiel von visuellen und textuellen Aspekten.

Der Meme-Korpus im Überblick:

