

Multimodale Praktiken der Selbstdarstellung in den Sozialen Medien: Depression auf Instagram

Marina Iakushevich (Greifswald)

Abstract

In social media, under condition of interactive, networked forms of communication, participants tell their stories about depression. This paper discusses the multimodal technics of self-presentation of people with depression on Instagram. On Instagram, people share their individual experiences with depression, in order to interact with others, to search for help and to offer help and hope. So, this paper investigates the narrative structure of single *small stories*. Further, it focuses the polylogue stories generated in peer-to-peer interactions. According to media discourse analysis, the micro analysis highlights specific verbal acts and their interplay with such visual elements as colour and typography.

Keywords

Media discourse analysis, depression, self-presentation, Instagram, multimodality, narration

Einleitung

Die digitalen Plattformen (der Alltagsbegriff ist Social Media¹) beeinflussen wesentlich die Art und Weise, wie die zwischenmenschliche Kommunikation stattfindet. Mobile, internetfähige Endgeräte bieten den Nutzer*innen vielfältige Interaktionsmöglichkeiten,² haben aber gleichzeitig Auswirkungen auf verschiedene Aspekte des sozialen Lebens. Die positiven Aspekte der digitalen Medien, die in der Forschung hervorgehoben werden, sind „die Beziehungspflege und der Austausch zwischen Menschen“³. Gleichzeitig werden auch die negativen Folgen wie z.B. Shitstorms, Hatespeech thematisiert.⁴

Themen rund um Gesundheit und Krankheit(en), Wohlbefinden und gutes Leben sind für die meisten Menschen relevant. Um darüber zu kommunizieren, werden die digitalen Plattformen zunehmend genutzt.⁵ Die wachsende Relevanz von psychischen Störungen wie z.B. Depressionen in allen Ländern der Welt spiegelt sich auch in den medialen Inhalten. Laut WHO sind aktuell (August 2024) ca. 5% der erwachsenen Weltbevölkerung (ca. 280 Millionen) an einer Depression erkrankt. Depressionen zeigen sich durch verschiedene Symptome (gedrückte Stimmung, Interessensverlust, Freudlosigkeit, Antriebsmangel, erhöhte Ermüdbarkeit)⁶ und beeinträchtigen das Leben von Betroffenen erheblich und können sogar zu einem Suizid führen.⁷ In den deutschen Massenmedien wird die Depression seit den 1980er Jahren als Volkskrankheit oder als Krankheit der Epoche genannt und immer wieder thematisiert.⁸

1 Vgl. Klaus Beck: *Kommunikationswissenschaft*. 7. Auflage. München 2023, 82. An dieser Stelle möchte ich eine Anmerkung zu der verwendeten Terminologie machen. *Social Media*, Soziale Medien sind sowohl Alltagsbegriffe als auch Fachtermini. In den Kommunikationswissenschaften spricht man von „digitalen Plattformen“ (Beck, *Kommunikationswissenschaft*, 82) oder „sozialen Medienplattformen“ (Christian Schulz: *Infrastrukturen der Anerkennung. Eine Theorie sozialer Medienplattformen*. Frankfurt am Main, New York 2023). Couldry und van Dijck benutzen den Terminus „social media“ (Nick Couldry, José van Dijck: *Researching Social Media as if the Social Mattered*. In: *Social Media + Society* 1.2 (2015), 1-7, 1. In der linguistischen Forschung ist der Begriff ‚Social-Media-Plattform‘ üblich.

2 Vgl. Christian Fuchs: *Social Media. A Critical Introduction*. Los Angeles et al. 2014.

3 Jan-Hinrik Schmidt: *Social Media*. Wiesbaden 2017, 16.

4 Vgl. Konstanze Marx: Das Dialogpotenzial von Shitstorms. In: Ernest Hess-Lüttich (Hg.): *Handbuch Gesprächsrhetorik*. Berlin, Boston 2020, 409-427.

5 In den klassischen Massenmedien sind gesundheitsbezogene Themen seit jeher präsent, vgl. z.B. Bernd-Ulrich Biere, Wolf-Andreas Liebert: *Metaphern. Medien, Wissenschaft. Zur Vermittlung der AIDS-Forschung in Presse und Rundfunk*. Opladen 1997.

6 Vgl. <https://www.psychyrembel.de/Depression/L0ME6/doc/> (15.8.24).

7 Vgl. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/depression> (12.8.24).

8 Vgl. Marina Iakushevich: „In der Seelenfinsternis gefangen“: Metaphern der Depression in deutschen Qualitätsmedien. In: *Der Sprachdienst* 6 (2020), 260-272; Dies.: „Immer mehr Menschen fallen in Depressionen.“ Mediale Konstruktionen einer Volkskrankheit. In: Dies. (Hg.): *Linguistik und Medizin. Sprachwissenschaftliche Zugänge und interdisziplinäre Perspektiven*. Berlin, Boston 2021, 399-417.

Der vorliegende Beitrag diskutiert auf der Grundlage linguistischer Mediendiskursanalyse die Kommunikation zwischen Instagram-Nutzer*innen, die ihre Depression thematisieren. Der Schwerpunkt der Untersuchung liegt auf den multimodalen Strategien der Selbstdarstellung als Teil von interpersonaler Online-Kommunikation. Selbstdarstellung ist ein sozialpsychologisches Konzept und wird entsprechend sozialpsychologisch erforscht.⁹ Auch zu Depression gibt es zahlreiche sozialpsychologische Untersuchungen. So zeigen z.B. Tackman et al.¹⁰ in einer Studie, wie negative Emotionen, Depression und bestimmte sprachliche Phänomene (wie Selbstthematisierungen) zusammenhängen. Die Proband*innen müssen schriftliche und mündliche Aufgaben erfüllen, anhand dieses Sprachmaterials werden Korrelationen zwischen Depressionen, negativen Emotionen und dem sogenannten „I-talk“ (z.B. der Gebrauch von Personalpronomen der ersten Person im Singular) errechnet. Sozialpsychologische Depressionsforschungen gibt es auch im Bereich der digitalen Online-Kommunikation. Z.B. untersuchen Gardner et al.,¹¹ wie Personen mit Depression den Humor in Internet-Memes wahrnehmen. In einer Studie zu Twitter wird untersucht, ob es möglich ist, anhand von Analysen der Onlineaktivitäten und dem Gebrauch von bestimmten sprachlichen Phänomenen wie den Personalpronomen, die Personen zu identifizieren, die an einer Depression erkrankt sein könnten.¹² Moreno et al. haben in ihrer Untersuchung von Facebookdaten von Collegestudierenden in den USA herausgefunden, dass Studierende ihre depressiven Symptome bei Facebook (in ihren Status Updates) öffentlich thematisieren, wenn ihre Freunde positiv darauf reagieren und sie darin bestärken.¹³ In der Studie wurde in den Facebookdaten nach

9 Vgl. Nicola Döring: Sozialkontakte online. Identitäten, Beziehungen, Gemeinschaften. In: Wolfgang Schweiger, Klaus Beck (Hg.): *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden 2019, 159-183. Die Untersuchungen zur digitalen Onlinekommunikation nutzen Textdaten, die mit automatischen Verfahren, wie z.B. *Text Mining* durchgeführt werden, vgl. z.B. Albert Park, Mike Conway, Annie T. Chen: Examining Thematic Similarity, Difference, and Membership in Three Online Mental Health Communities from Reddit: A Text Mining and Visualization Approach. In: *Computers in Human Behavior* 78 (2018), 98-112.

10 Vgl. Allison M. Tackman et al.: Depression, Negative Emotionality, and Self-Referential Language: A Multi-Lab, Multi-Measure, and Multi-Language-Task Research Synthesis. In: *Journal of Social Psychology: Personality Processes and Individual Differences* 116.5 (2019), 817-834.

11 Vgl. Kathryn J. Gardner et al.: Humor styles influence the perception of depression-related internet memes in depression. In: *Humor* 34.4 (2021), 497-517.

12 Vgl. Nikhita Vedula, Shrinivasan Parthasarathy: Emotional and Linguistic Cues of Depression from Social Media. In: *Digital Health* 17 (2017), 127-136.

13 Vgl. Megan A. Moreno et al.: Feeling Bad on Facebook: Depression Disclosures by College Students on Social Networking Site. In: *Depression and Anxiety* 28 (2011), 447-455.

Schlüsselwörtern und Synonymen gesucht, die den Symptombeschreibungen des DSM entsprechen.¹⁴

Linguistische Forschungen zu Depression auf digitalen Plattformen sind meistens korpuspragmatische Untersuchungen. So wird z.B. die Depressionslexik oder die Interaktionen unter den Nutzer*innen untersucht, die den Hashtag ‚Depression‘ verwenden.¹⁵

Der vorliegende Beitrag strebt an, mit mediendiskurslinguistischen Methoden die Selbstdarstellung von Personen zu untersuchen, was gerade in Bezug auf die Depressionsdarstellungen noch ein Desiderat ist. Die nachfolgenden Analysen fokussieren auf den spezifischen kommunikativen Kontext der digitalen Plattform Instagram, im Vordergrund stehen dabei die von einer Depression betroffenen Personen als Diskursakteur*innen. Insbesondere wird das Zusammenspiel unterschiedlicher Modalitäten verbaler und visueller Art berücksichtigt, um die Spezifik des Mediums Instagram hervorzuheben.

Theoretische und methodische Verortung

Linguistische Mediendiskursanalyse als transtextuelle Mehrebenenanalyse
Theoretisch und methodisch ist der vorliegende Beitrag in der linguistischen Mediendiskursanalyse verortet.¹⁶ Unter Diskurs verstehe ich in Anlehnung an Foucault¹⁷ ein thematisch, semantisch und zeitlich verbundenes Textgeflecht. Der prototypische Text wird dabei als multimodal definiert, sodass nichtsprachliche Textelemente automatisch mitberücksichtigt werden. Der analytische Zugang zu Diskursen kann auf unterschiedliche Art und Weise stattfinden. Das Mehr-Ebenen-Analysemodell DIMEAN von Spitzmüller

14 DSM steht für *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* der American Psychiatric Association, aktuell in der fünften Version, DSM-5, gültig. Die deutsche Version ist von 2018.

15 Vgl. Susanne Kabatnik: [D]as giftgrün schimmernde Monster #Depression [ist] wieder aus seinem Gebüsch gekrochen – Eine korpusbasierte Studie der Lexik zu #Depression auf Twitter. In: *Sprachwissenschaft* 47.4 (2022), 465-483; Dies.: „Andere leben einfach und ich komme immer mehr an meine Grenzen“ – Praktiken der Grenzziehung im Interaktionsraum #depression auf Twitter. In: Marie-Luis Merten et al. (Hg.): *Sprachliche Grenzziehungspraktiken. Analysefelder und Perspektiven*. Tübingen 2023, 203-231.

16 Vgl. Dietrich Busse, Wolfgang Teubert: Ist Diskurs ein sprachwissenschaftliches Objekt? In: Dietrich Busse et al. (Hg.): *Begriffsgeschichte und Diskursgeschichte. Methodenfragen und Forschungsergebnisse der historischen Semantik*. Opladen 1994, 10-18; Jürgen Spitzmüller, Ingo Warnke: *Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorie und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse*. Berlin, Boston 2011; Constanze Spieß: *Diskursbehandlungen. Theorie und Methode linguistische Diskursanalyse am Beispiel der Bioethikdebatte*. Berlin, Boston 2011; Ekkehard Felder: Pragmasemiotische Textarbeit und der hermeneutische Nutzen von Korpusanalysen für die linguistische Mediendiskursanalyse. In: Ekkehard Felder et al. (Hg.): *Korpuspragmatik. Thematische Korpora als Basis diskurslinguistischer Analysen*. Berlin, Boston 2012, 115–174.

17 Vgl. Michel Foucault: *Die Ordnung des Diskurses*. Mit einem Essay von Ralf Konersmann. Frankfurt am Main 1991; Ders.: *Archäologie des Wissens*. Frankfurt am Main 1997.

und Warnke¹⁸ ist besonders brauchbar für die Instagram-Analysen, da es ermöglicht, verschiedene Aspekte der medialen Diskurse zu berücksichtigen und somit die Spezifik des jeweiligen Diskursabschnitts auszumachen. Dabei spielen das Diskursthema und speziell für die Mediendiskursanalyse die Spezifik des untersuchten Mediums eine wesentliche Rolle. Der Mehrwert einer Mehrebenenanalyse besteht zusätzlich darin, dass nicht nur multimodale Phänomene auf der intratextuellen Ebene, d.h. in einem Einzeltext, berücksichtigt werden, sondern auch die transtextuellen Phänomene. Die Ebene der Diskursakteure dient dabei als „Scharnier“¹⁹ zwischen den Einzeltexten und textübergreifenden Diskursphänomenen. Die Ebene der Diskursakteur*innen beinhaltet Medialität (Handlungsmuster, Kommunikationsformen, Medium), Diskurspositionen und Interaktionsrollen.²⁰ Im Fokus der vorliegenden Untersuchung stehen Handlungen von Diskursakteur*innen²¹ zum Zweck der Selbstdarstellung. Die Interaktion wird in den Analysen von Diskurshandlungen insofern berücksichtigt, als dass die Sequenzialität von Handlungen zwischen dem Initialbeitrag und Erwidierungen darauf in den Blick genommen wird.²²

Die Handlungen einzelner Diskursakteur*innen strukturieren den Diskurs auf der intratextuellen Ebene. Da das Medium von den User*innen vorrangig dafür genutzt wird, die eigenen Erfahrungen mit Depression zu thematisieren, wird auf der intratextuellen Ebene die narrative Struktur der Depressionsdarstellungen untersucht, insbesondere die mit multimodalen Mitteln kollaborativ konstruierten Ich- und Wir-Erzählungen.²³

„Narration“, im Deutschen auch „Erzählen“²⁴, wird als eine der ältesten Kulturtechniken²⁵ und als eine prototypische Form der menschlichen Kommunikation gesehen.²⁶

18 Spitzmüller und Warnke, Diskurslinguistik, 201.

19 Ebd., 136.

20 Vgl. ebd., 201.

21 Vgl. Spieß, Diskurshandlungen.

22 Vgl. Charles Goodwin, John Heritage: Conversation analysis. In: *Annual Review of Anthropology* 19 (1990), 283-307.

23 Dass narrative Strukturen auch in den massenmedialen Depressionsdarstellungen eine wichtige Rolle spielen, habe ich bereits in einer früheren Untersuchung gezeigt: vgl. Iakushevich, „Immer mehr Menschen fallen in Depressionen“, 399-417.

24 An dieser Stelle ist der Prozess gemeint und wird von ‚Erzählung‘ im Sinne einer kurzen, abgeschlossenen Geschichte, unterschieden.

25 Vgl. Christina Schachtner: *Das narrative Subjekt – Erzählen im Zeitalter des Internets*. Bielefeld 2016, 33-37.

26 Vgl. Tabea Becker, Uta M Quasthoff: Introduction. Different Dimensions in the Field of Narrative Interaction. In: Uta M. Quasthoff, Tabea Becker (Hg.): *Narrative Interaction*. Amsterdam, Philadelphia 2005, 1-11, 1.

Nach Barthes²⁷ beginnt das Erzählen mit der Geschichte der Menschheit, es ist in allen Kulturen und zu allen Zeiten vorhanden. Erzählte Geschichten repräsentieren Sinnzusammenhänge, die aus Erfahrungen, Normen und Werten bestehen, von Subjekten zueinander in Beziehung gesetzt werden und als Grundlage des Denkens und Handelns werden können.²⁸ Sprache ist dabei der wichtigste Träger von Erzählungen, aber auch andere Zeichenmodalitäten wie z.B. Bilder oder Gesten können Trägerfunktionen übernehmen. Der Vorteil der verbalen Sprache besteht darin, dass sie die Diskursivität ermöglicht, d.h. eine lineare Anordnung von symbolhaften Elementen mit unabhängiger Bedeutung.²⁹

In den mündlichen Face-to-Face-Interaktionen werden persönliche, subjektive Erfahrungen ausgetauscht, die die Erzähler*innen für interessant und relevant halten. Hervorzuheben ist außerdem, dass der Gegenstand einer konkreten Erzählung in einem interaktiven Austausch gemeinsam konstituiert wird. In alltagsprachlichen Erzählungen werden Wirklichkeiten konstruiert,³⁰ z.B. werden in alltäglichen Erzählungen soziale Identitäten wie die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe geschaffen.

Erzählen wird als „verbale Selbstmitteilung“³¹ gesehen. Subjektive Erfahrungen, die persönliche Sicht des/der Erzählenden und eigene Handlungen werden dabei, vor allem in den kognitiv orientierten psychologischen Zugängen als relevant für die Erforschung und Behandlung psychischer Störungen erachtet.³² Zudem evozieren verbale Selbstdarstellungen, Selbstinszenierungen und Selbststilisierungen auch bei den Zuhörer*innen subjektive Vorstellungen.³³ Diese Vorstellungen konstituieren zusammen mit den mitgeteilten Inhalten des/der Erzählenden einen gemeinsamen Gegenstand. Durch das Wechselspiel der subjektiven Sichtweisen werden Bedeutungen kooperativ ausgehandelt, es entsteht ein gemeinsamer kommunikativer Raum, in dem die Zuhörer*innen sich empathisch verhalten.

27 Vgl. Roland Barthes: *Das semiologische Abenteuer*. Frankfurt am Main 1988, 102.

28 Vgl. Alfred Schütz, Thomas Luckmann: *Strukturen der Lebenswelt*. Darmstadt 1975, 23.

29 Vgl. Susanne K. Langer: *Philosophie auf neuen Wegen. Das Symbol im Denken, im Ritus und in der Kunst*. Berlin 1965, 103.

30 Vgl. Peter Berger, Thomas Luckmann: *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt am Main 1972/2000.

31 Brigitte Boothe: *Der Patient als Erzähler in der Psychotherapie*. Gießen 2004, 11.

32 Vgl. Joseph Weiss, Harold Sampson: *The Psychoanalytic Process: Theory, Clinical Observations, and Empirical Research*. New York 1986.

33 Vgl. Boothe, *Der Patient als Erzähler in der Psychotherapie*, 13.

In den digitalen Medien ist die Interaktion zwischen den Nutzer*innen der grundlegende Modus der Kommunikation. Eigene Beiträge werden mithilfe vorhandener Tools kreiert und sofort öffentlich gemacht, Beiträge anderer werden verlinkt und weiterempfohlen. Es ist möglich, aus dem vorhandenen Material neue Inhalte zusammenzustellen und so ein kollektives Werk zu erschaffen. „Es entsteht ein dynamisches, unbeschränkt vielen Veränderungen zugängliches Produkt“,³⁴ das Erzählen auf Instagram ist also eine kooperative Tätigkeit.³⁵

Die Narratologie als ein zentrales Forschungsfeld der Literaturwissenschaften betrachtet Erzählen als einen Prozess, der das Dargestellte in zeitlicher, räumlicher und personeller Perspektive betrachtet.³⁶ Der Temporalität wird dabei eine zentrale Rolle zugewiesen: „[...] Grundlegende Dimension der Erzählung ist die Zeit als Abfolge von Ereignissen [...]“³⁷

In der linguistischen Forschung wird die narrative Struktur eines Textes als Abfolge von fünf Elementen, nämlich Orientierung, Komplikation, Evaluation, Resolution und Coda, thematisiert.³⁸ In den Beiträgen auf Instagram werden allerdings keine vollständigen Geschichten erzählt, sondern einzelne Fragmente oder Reflexionen über erlebte Ereignisse. Für solche interaktiven Erzählungen ist es daher sinnvoller, von „small stories“ zu sprechen.³⁹ Die Temporalität spielt aber auch in den *small stories* eine wichtige Rolle und wird in den folgenden Analysen entsprechend aufgegriffen.

Um der Spezifik des Mediums Instagram gerecht zu werden, ist der Begriff ‚Narration‘ durch „narrative performance“ von Michael Toolan zu ergänzen,⁴⁰ um das komplexe Zusammenspiel von verbalen Strukturen und anderen semiotischen Codes aufzuzeigen. *Narrative performance* wird eingesetzt, um eine Erzählung für die Hörer*innen attraktiv zu machen, sie an der eigenen Erfahrung teilhaben, mitfühlen und miterleben zu lassen:

34 Schachtner, Das narrative Subjekt, 85-86.

35 Vgl. Hyan-Joo Yo: *Text, Hypertext, Hypermedia*. Würzburg 2007, 40.

36 Vgl. Jochen Vogt: *Aspekte erzählender Prosa. Eine Einführung in Erzähltechnik und Romantheorie*. Paderborn 192006; Silke Lahn, Jan Christoph Meister: *Einführung in die Erzähltextanalyse*. Stuttgart, Weimar 2008, 2-17.

37 Vogt, *Aspekte erzählender Prosa*, 96.

38 Vgl. William Labov, Joshua Waletzky: Narrative Analysis: Oral Versions of Personal Experience. In: June Helm: *Essays on the verbal and visual arts*. Seattle et al. 1967, 12-44.

39 Anna Georgakopoulou: ‘On MSN with buff boys’: self- and other-identity claims in the context of small stories. In: *Journal of Sociolinguistics* 12 (2008), 597-626, 601.

40 Michael Toolan: *Narrative: A Critical Linguistic Introduction*. London 2001, 160; vgl. auch Nessa Wolfson: *CHP: The Conversational Historical Present in American English Narrative*. Dordrecht 1982.

„When a speaker acts out a story, as if to give his audience the opportunity to experience the event and his evaluation of it, he may be said to be giving a performance.“⁴¹

Mehrebenenanalyse: Kommunikationsformen⁴², Mediatisierung, Multimodalität

Seit den 1990er Jahren, mit der Verbreitung von Internet, wird in der medialen Kommunikation eine Entwicklungstendenz beobachtet.⁴³ Die massenmediale Kommunikation,⁴⁴ die einseitig auf Rezeption eines dispersen Massenpublikums ausgerichtet ist, wird zunehmend zu einer Netzwerkkommunikation, deren wesentliche Merkmale Interaktivität, Vernetzung und Partizipation sind.⁴⁵ Die internetfähigen mobilen Endgeräte ermöglichen eine orts- und zeitunabhängige Kommunikation, die Teilnehmenden können jederzeit in die Kommunikationsprozesse verändernd eingreifen,⁴⁶ sie nutzen nicht nur bereits vorhandene Inhalte, sondern erschaffen auch selbst neue, eigene Inhalte, die sogar in Echtzeit verbreitet werden können. Dadurch werden die Medieninhalte entsprechend persönlich, individuell und singular.⁴⁷ Döring spricht von „digitaler Individualkommunikation“, in der interpersonale Aspekte eine wichtige Rolle spielen.⁴⁸

Die Allgegenwart medial vermittelter Kommunikation, die Durchdringung aller Lebensbereiche durch verschiedene Medien, wird vor allem in der deutschsprachigen kommunikationswissenschaftlichen Forschung, in Verbindung mit dem Konzept der ‚Mediatisierung‘ diskutiert:

41 Wolfson, CHP, 24.

42 In dem DIMEAN-Modell ist dieser Aspekt unter „Medialität“ verortet (vgl. Spitzmüller und Warnke, Diskurslinguistik, 202).

43 Vgl. Gustavo Cardoso: From Mass to Networked Communication: Communicational Models and the Informational Society. In: *International Journal of Communication* 2 (2008), 587-630; Roger Silverstone: The Sociology of Mediation and Communication. In: Craig Calhoun et al. (Hg.): *The SAGE Handbook of Sociology*. London et al. 2005, 188-207.

44 Beck weist darauf hin, dass „öffentliche Kommunikation“ besser geeignet ist, um die Medien der Massenkommunikation zu bezeichnen, da ihr Hauptmerkmal die Öffentlichkeit ist, vgl. Beck, Handbuch, 92.

45 Vgl. Cardoso, From Mass to Networked Communication, 597-603; Christoph Neuberger: Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In: Christoph Neuberger, Christian Neurnbergk, Melanie Rische (Hg.): *Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung*. Wiesbaden 2009, 19-105.

46 Vgl. Daniela Ahrens: Die Ausbildung hybrider Raumstrukturen am Beispiel technosozialer Zusatzräume. In: Christiane Funken, Martina Löw (Hg.): *Raum-Zeit-Medialität*. Frankfurt am Main 2003, 173-190.

47 Vgl. Cardoso, From Mass to Networked Communication, 619.

48 Döring, Sozialkontakte online, 168.

Zeitlich stehen alle Medien insgesamt, aber auch jedes einzelne in immer größerer Anzahl zu allen Zeitpunkten zur Verfügung und bieten immer dauerhafter Inhalte an. Räumlich finden sich Medien an immer mehr Orten und sie verbinden zu immer mehr Orten – potenziell oder tatsächlich. Und schließlich sozial oder in ihrem Sinnbezug entgrenzen sich Medien, weil sie allein oder in Kombination in immer mehr Situationen und Kontexten, mit immer mehr Absichten und Motiven verwendet werden, und zwar sowohl kommunikator- als auch rezeptionsseitig.

Das bedeutet, dass im Prinzip alles, was für eine Person im Leben relevant sein kann, medial verarbeitet und verwertet werden kann. Persönliche, individuelle Erfahrungen, Ereignisse können somit netzwerkartig öffentlich gemacht und verbreitet werden. Zudem ermöglichen die digitalen Plattformen die Kommunikation und die Interaktion dort, wo sie früher, ohne die digitalen Medien, gar nicht möglich war. Die digitalen Medien bieten Menschen eine Kommunikationsplattform zu den Themen, zu denen man in der direkten Face-to-face-Kommunikation nicht ohne Probleme kommunizieren kann, da die Themen sehr persönlich, intim oder stigmabehaftet sind, wie z.B. psychische Störungen.

Die digitale Individualkommunikation verändert auch die gesellschaftliche Öffentlichkeit. Die hohe Interaktivität, die permanente Nutzung der Medien im Alltag schaffen neue Öffentlichkeiten: Schmidt spricht von „persönlichen Öffentlichkeiten“⁴⁹. Sie sind durch folgende Merkmale charakterisiert: Die Themen werden nach persönlicher Relevanz gesetzt, das Zielpublikum ist das eigene soziale Netzwerk, die Kommunikation ist auf Konversation und Austausch ausgerichtet und nicht auf das Publikmachen wie bei den klassischen Massenmedien.⁵⁰

Ein weiteres, wesentliches strukturelles Merkmal der digitalen Medien ist Multimedialität, in den Medienwissenschaften definiert als „Integration multipler Medienformate wie Text, Bild, Animation, Video und Audio [...]“⁵¹, wobei die Grenzen zwischen diesen semiotischen Modi häufig verwischt werden. Insbesondere sei die Bedeutung des Visuellen betont, erlauben doch die Technologien, entwickelt für die mobilen internetfähigen Endgeräte, eine quasi unbegrenzte Verfügbarkeit, Herstellung und Verbreitung von Bildern. Die zentrale Bedeutung des Visuellen in der vernetzten Kommunikation

49 Schmidt, *Social Media*, 25.

50 Vgl. ebd., 28-30. Hauser et al. verwenden dafür den Begriff „alternative Öffentlichkeiten“ (Stefan Hauser et al. (Hg.): *Alternative Öffentlichkeiten: soziale Medien zwischen Partizipation, Sharing und Vergemeinschaftung*. Bielefeld 2019, 7).

51 Frank Hartmann: *Multimedia*. Wien 2008, 8.

bezeichnet Cardoso als „[r]hetoric mainly built around moving image [...]“⁵². Dabei werden der individuellen Kreativität der Nutzer*innen von den entsprechenden Geräten und Anwendungen allerdings auch Grenzen gesetzt. Man ist nur so weit kreativ, wie es die zu Verfügung stehenden Anwendungen (z.B. Bildherstellung und -bearbeitung oder die Schriftwahl) erlauben.

In der linguistischen Tradition wird nicht von Multimedialität, sondern von Multimodalität gesprochen, der prototypische Text (als die zentrale linguistische Einheit) wird als multimodal definiert, d.h. zu der geschriebenen Sprache kommen weitere semiotische Modi dazu (wie Layout, Typographie, statische und bewegte Bilder, Grafiken, Ton).⁵³ In den nachfolgenden medienlinguistischen Analysen stütze ich mich auf diese linguistische Tradition und benutze den Terminus ‚multimodal‘.

Mehrebenenanalyse: Instagram als Medium⁵⁴

Instagram ist 2010 als bildbasierte mobile Mediensoftware im AppStore von Apple erschienen. In der kommunikationswissenschaftlichen Forschung werden solche digitalen Dienste als „Plattformen“ bezeichnet. Deren wesentliches Merkmal ist, im Unterschied zu anderen Medien, dass sie selbst keine Inhalte produzieren, sondern als Intermediäre fungieren, d.h., fremde Inhalte vermitteln, die sogenannten „User Generated Contents“.⁵⁵ Auf der Startseite präsentiert sich Instagram aktuell (November 2023) mit der folgenden Werbeaussage: „Wir bringen dich den Menschen und Dingen näher, die du magst.“⁵⁶, „Wir entwickeln unsere Features ständig weiter, damit du dich auf völlig neue Weise ausdrücken kannst.“⁵⁷ Im *Google Play Store* wird Instagram mit der folgenden Äußerung beworben: „Zeige, wer du bist, und verbinde dich mit Freunden...“⁵⁸ Diese explizite Aufforderung sich zu zeigen kann als eine Aufforderung zur Selbstdarstellung gewertet werden, da man sich dadurch öffentlich präsentiert.

52 Cardoso, *From Mass to Networked Communication*, 603.

53 Vgl. Hartmut Stöckl: *Die Sprache im Bild – das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text*. Berlin, Boston 2004, 5-6.

54 Wie auch die Kommunikationsformen ist dieser Analyseaspekt im DIMEAN-Modell auf der Ebene der Medialität verortet (vgl. Spitzmüller und Warnke, *Diskurslinguistik*, 201).

55 Beck, *Handbuch*, 83.

56 <https://about.instagram.com/de-de/about-us> (16.11.2023).

57 <https://about.instagram.com/de-de/> (16.11.2023).

58 <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.instagram.android&gl=DE> (26.1.2023).

Alle Instagram-Accounts sind nach demselben Muster erstellt. Den Benutzer*innen stehen zahlreiche Bildbearbeitungstools zur Verfügung, es kann aber nur aus den vorhandenen Farben, Schriftarten und Bildfiltern ausgewählt werden. Folglich sind die Inhalte einzelner Bausteine des Accounts kreativ variierbar, die äußere Struktur ist eine fest vorgegebene. Auch die Struktur der verbalen Interaktion ist festgelegt: Der/die Inhaber*in eines Accounts kann eigene Inhalte in den kachelartig eingeordneten Beiträgen platzieren und zusätzlich zu den Hashtags einen Text verfassen, der sich direkt an das Publikum richtet, z.B. wenn eine Frage gestellt wird.

Selbstdarstellung: das sozialpsychologische Konzept

Jede kommunikative Praxis im Sinne einer „Tätigkeit im Vollzug“⁵⁹ fokussiert auf die Akteur*innen mit ihren individuellen Handlungen. In den medialen Räumen, die dank des mobilen Internet entstehen, haben immer mehr Individuen die Möglichkeit, an der Öffentlichkeit zu partizipieren. In den digitalen Medien ist es möglich, Inhalte nicht nur zu rezipieren, sondern durch interaktives Handeln eigene Inhalte zu kreieren, zu verbreiten und damit persönliche Öffentlichkeiten zu schaffen.

Das Handeln von Individuen in der Öffentlichkeit (d.h. psychologisch betrachtet in Anwesenheit eines Publikums) ist immer mit Selbstdarstellung⁶⁰ verbunden. Man versucht immer, einen günstigen Eindruck zu hinterlassen, im Sinne von „impression management“⁶¹. In der Selbstdarstellung einen günstigen Eindruck zu hinterlassen bedeutet vor allem einen „zielkonformen Eindruck“⁶² zu hinterlassen. Es geht nicht darum, einen positiven Eindruck zu erwecken, sondern einen, der in einer konkreten Situation adäquat ist und dem Erreichen eigener Ziele dient. Selbstdarstellung kann bewusst und strategisch oder auch routinemäßig erfolgen⁶³ und findet immer in sozialen Interaktionen statt.

59 Gregor Bongaerts: Soziale Praxis und Verhalten. Überlegungen zum Practice Turn in Social Theory. In: *Zeitschrift für Soziologie* 36.4 (2007), 246-260, 249.

60 Vgl. Erving Goffmann: *Wir alle spielen Theater. Selbstdarstellung im Alltag*. München 2003.

61 Mark Leary, Robin Kowalski: Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. In: *Psychological Bulletin* 107.1 (1990), 34-47.

62 Nicola Döring: *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. 2. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wien u.a. 2003, 334.

63 Vgl. Hans Dieter Mummendey: *Psychologie des ‚Selbst‘. Theorien, Methoden und Ergebnisse der Selbstkonzeptforschung*. Göttingen 2006, 77-78.

Im Folgenden werden auf der oben dargestellten theoretischen Grundlagen vier Instagram-Accounts zum Thema Depression untersucht: *depridisco*, *depression_herz_schmerz*, *depression.dubistnichtallein*, *depressionshelden*. Die Analysen haben einen exemplarischen Charakter und präsentieren einen kleinen Diskursausschnitt.⁶⁴ Die Accounts gehören Privatpersonen oder einer Gruppe von Personen, keinen Organisationen oder Institutionen. Im Falle von offiziellen Organisationen ist die Akteur*innenkonstellation eine andere und müsste analytisch entsprechend anders berücksichtigt werden.

Die einzelnen Accounts werden auf mehreren Ebenen untersucht. Es wird von Accountinhaber*innen als Diskursakteur*innen ausgegangen, die zum Zweck der Selbstdarstellung mit multimodalen Mitteln ihre Erfahrungen mit Depression interaktiv thematisieren.

Intratextuelle Analysen: Farbwahl, Typographie

Die Abbildung 1 präsentiert einen Screenshot des Instagram-Accounts *depridisco*, die Darstellung steht exemplarisch für alle untersuchten Accounts.

Der Account *depridisco* ist von Eva Jahnen erstellt worden, die sich selbst als „Illustrator“ bezeichnet.⁶⁵ Er enthält aktuell (November 2023) 269 Beiträge, der erste ist am 7. Februar 2019 gepostet worden. Bis 2022, als ein Buch der Autorin erschien, blieb sie anonym und gab nur ihren Vornamen preis. Als Motto ihres Accounts postuliert die Inhaberin Folgendes „Für alle, die zu depressiv sind, lange Ratgeber zu lesen oder das Haus zu verlassen.“ In ihren Beiträgen thematisiert sie ihre Depression und wie sie damit tagtäglich umgeht. Ausdrücklich weist sie darauf hin, dass sie in ihrem Instagram-Account, entgegen den üblichen Vorstellungen von Depression als etwas nur Negatives, Dunkles, Schlechtes, auch die positiven Seiten darstellen möchte. Dieses explizite Thematisieren von positiven Seiten ihrer Depression ist in Bezug auf die Selbstdarstellung bedeutend. Einerseits möchte Eva Jahnen sich selbst ausdrücken, sich offenbaren: „Ich teile hier alles [...]“. Gleichzeitig ist diese Thematisierung eindeutig ein Appell an ihr Publikum, was auch in dem Motto ihres Accounts explizit ausgedrückt ist. Es ist nicht nur ein

⁶⁴ Das Material ist ein Teilkorpus eines interdisziplinären Projekts zu Gesundheitskommunikation in Kooperation mit Anna Wagner, Radboud University, Niederlande: Anna Wagner, Marina Iakushevich: Social media portrayals of #postnataldepression on Instagram. Between self-help and false ideals of motherhood (i. V.).

⁶⁵ <https://www.instagram.com/depridisco/> (28.1.2023).

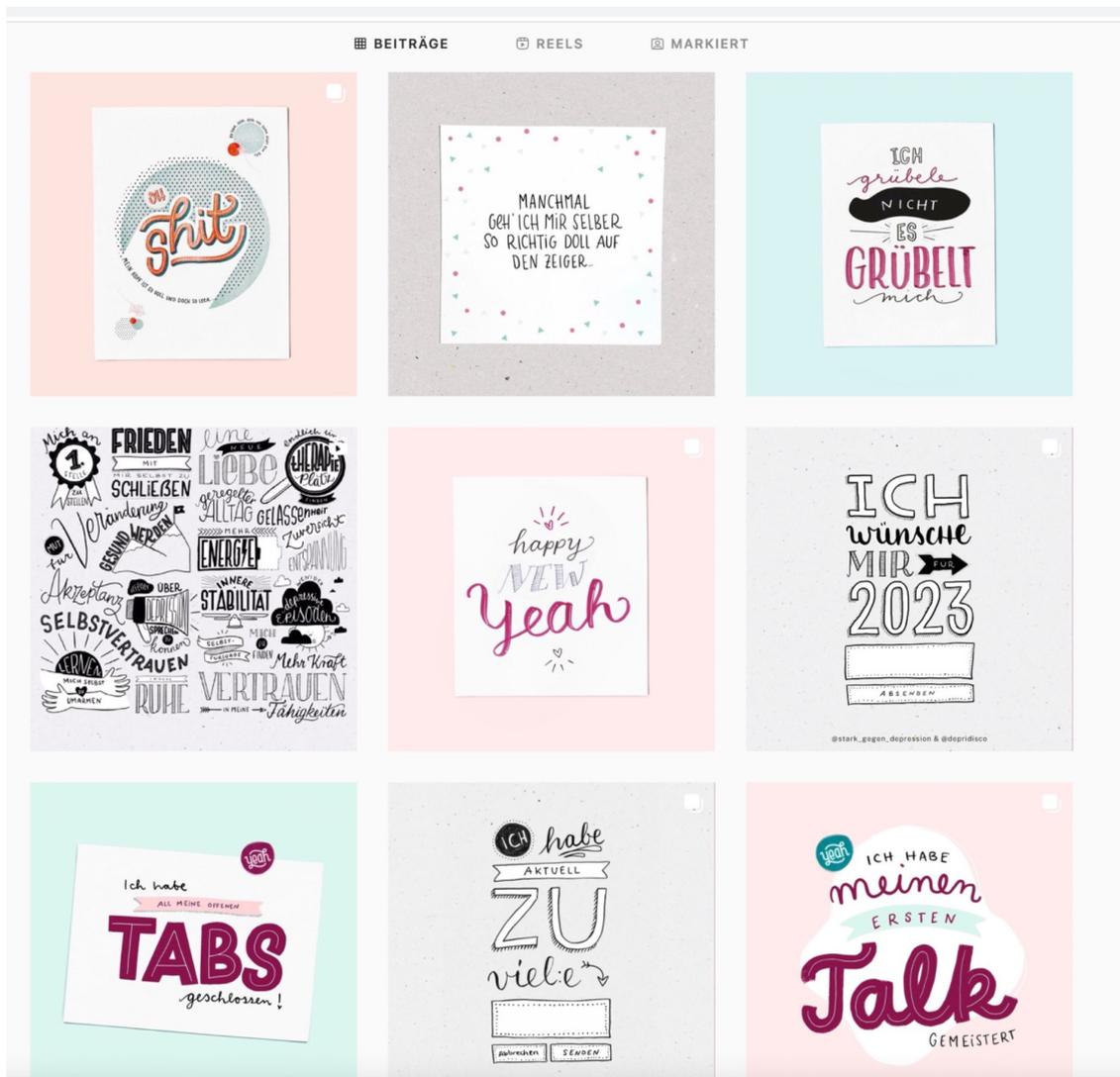


Abb. 1 Screenshot *depridisco*

Kommunikationsangebot, sondern auch ein Hilfsangebot. In dem ersten Beitrag ihres Accounts am 07.02.2019 formuliert sie das folgendermaßen:

Hallo Welt, hier geht's um das Thema Depression. Nein, keine Angst, es werden keine Bilder von aufgeschlitzten Armen oder zusammengekauerten Menschen an Wänden kommen. Das gehört zwar dazu, aber wir wollen ja eigentlich alle da raus. Ich teile hier alles, was helfen kann, die Welt ein Stückchen positiver wahrzunehmen und ein paar Millimeter weiter aus diesem fiesem Loch zu kommen. Let's fetz!⁶⁶

66 <https://www.instagram.com/depridisco/> (28.1.2023).

Diese positive Einstellung, die vermittelt werden soll, wird zusätzlich in der farblichen Gestaltung aufgenommen und dadurch noch verstärkt. Oben wurde bereits betont, dass Multimodalität und die Visualität wesentliche Merkmale der Kommunikation in den digitalen Medien sind. Der farblichen Gestaltung wird dabei eine wichtige, wenn nicht die wichtigste Rolle zugewiesen, die Farbe wird als „zentrales Element bildhafter (Selbst-)kommunikation“ bewertet.⁶⁷

Der Account *depridisco* ist in sanften Pastelltönen gehalten: rosa, türkis, hellgrau, sehr wenig schwarz oder andere dunklere Farben. Es wäre berechtigt gewesen, wie die Autorin in ihrem ersten Beitrag selbst thematisiert, negative, evtl. schrecklich aussehende Bilder in einem Depressionsaccount zu erwarten. Dass Depression und andere psychische Störungen von betroffenen Menschen mit Dunkelheit und Schwärze, die mentale Gesundheit aber mit Helligkeit und Licht, assoziiert werden, ist in der (linguistischen und psychiatrischen) Forschung bereits untersucht worden.⁶⁸ Die Hell-Dunkel-Metaphorik hat sich z. T. auch in der medizinischen Fachterminologie niedergeschlagen. So haben z.B. Antidepressiva eine „stimmungsaufhellende Wirkung“.⁶⁹

Die Autorin von *depridisco* wählt ganz bewusst helle, freundliche Farben. Damit greift sie in der Darstellung ihrer Depression nicht ihre gegenwärtige, sehr unangenehme Gefühlslage auf, sondern antizipiert eine bessere, gesündere Zukunft. Diese Zukunft sieht und wünscht sie sich und auch allen, die ihren Account besuchen. Die Zukunft ohne Depression soll besser, heller, schöner sein, was mit den entsprechenden Pastellfarben ausgedrückt wird: „So sehr ich vor einiger Zeit in mein Scheitern und das aufploppen [sic!] eines nächsten Tiefs vertraut habe, so sehr vertraue ich heute während der Tiefs auch darauf, dass ich da wieder herauskommen werde. Und das entspannt mich extrem.“⁷⁰ Die Temporalität wird durch das Zusammenspiel verschiedener semiotischer Modi (verbal und visuell (Farbe)) realisiert. Auf diese Weise werden persönliche Erfahrungen zeitlich verortet, aber auch bewertet und interpretiert: „Wenn ich zurückdenke, bewundere ich mich fast ein Bisschen dafür, dass ich trotzdem niemals die Hoffnung aufgegeben habe und mir irgendwie vertraut habe, dass das schon werden wird.“⁷¹

67 Katja Gunkel: *Der Instagram-Effekt. Wie ikonische Kommunikation in den Social Media unsere visuelle Kultur prägt*. Bielefeld 2018, 311.

68 Vgl. Britt-Marie Schuster: *Auf dem Weg zur Fachsprache. Sprachliche Professionalisierung in der psychiatrischen Schreibpraxis (1800-1939)*. Berlin, New York 2010.

69 <https://www.psyhyrembel.de/antidepressiva/K02HG/doc/> (30.1.2023).

70 <https://www.instagram.com/depridisco/> (28.1.2023).

71 <https://www.instagram.com/depridisco/>, Beitrag vom 28.02.2019 (28.1.2023). Die Rechtschreibung des

Alle Beiträge des Accounts *depridisco* sind sehr farbhomogen gestaltet. Es entsteht ein Gesamtbild des Accounts, nicht nur innerhalb jedes einzelnen Beitrags, auch das Startbild bietet eine visuelle Einheit (s. die Abbildung 1).

Auch die Typographie spielt eine wichtige Rolle. Die gewählte Schriftart ergänzt die visuellen Elemente (Bilder, Zeichnungen, geometrische Formen) formal und trägt zu der gemeinsamen Sinnkonstitution des Accounts als multimodales Kommunikat bei.⁷² Die Schriftart imitiert eine Handschrift, sie wirkt ästhetisch und verspielt und harmoniert sehr gut mit anderen Elementen im Gesamtbild. Im Vergleich zu anderen Accounts wirkt *depridisco* sehr professionell, was nicht verwunderlich ist, da die Autorin sich als „Illustrator“ bezeichnet. Diese typographische Gestaltung fügt sich sehr gut in die gesamte Gestaltungsstrategie, da sie den Aspekt einer gesunden Zukunft zusätzlich unterstützt.

Diskursanalytisch können die oben beschriebenen Handlungen der Accountinhaberin als ein Handlungsmuster gewertet werden, das durch die spezifische Konstellation von dem Medium Instagram, dem gesellschaftlichen Kontext, der Thematik und dieser individuellen Akteurin bedingt wird.⁷³ Die ‚wahren‘ Absichten der Accountinhaberin können mit linguistischen Mitteln natürlich nicht ergründet werden, aber die benutzten sprachlichen und visuellen Mittel verweisen darauf.

Der Instagram-Account *depridisco* kann exemplarisch für weitere Accounts stehen. In drei anderen untersuchten Accounts wird die farbliche Gestaltung mit verbalen Darstellungen von Hoffnung und, wenn nicht Heilung, so doch einer Verbesserung des persönlichen Gesundheitszustandes, kombiniert.⁷⁴ Die Beiträge des Accounts *Depressionshelden* sind in heller, pastellgrüner Farbe gestaltet. In vorchristlichen Religionen, aber auch im Christentum und im Islam gilt Grün als Farbe der Hoffnung und der Erwartung.⁷⁵ Helle Farben sind der Gegensatz zu der Dunkelheit, mit der die Depression assoziiert wird. Die Personen, die die einzelnen Beiträge gestalten, sind meistens freundlich und lachend dargestellt. Die Textbeiträge haben das gleiche Muster wie *depridisco*: An eine *small story* schließt sich die Formulierung des Wunschs, nicht aufzugeben, versuchen, mit der

Originals ist beibehalten worden.

72 Vgl. Hartmut Stöckl: *Typography: body and dress of a text – a signing mode between language and image*. In: *Visual Communication* [Special Issue: *The New Typography*] 4 (2005), 204-214, 206.

73 Vgl. Spitzmüller und Warnke, *Diskurslinguistik*, 201.

74 Eine linguistische Analyse ist immer eine Interpretationsleistung: Die gebrauchten sprachlichen und bildlichen Mittel können auf Absichten und Motivationen verweisen. Ob also die Hoffnung auf Heilung besteht, kann anhand der durchgeführten diskurslinguistischen Analysen nicht behauptet werden.

75 Vgl. Manfred Lurker (Hg.): *Wörterbuch der Symbolik*. Stuttgart 1991, 267-268.

Depression zu leben und die Hoffnung nicht zu verlieren: „Vor mir liegt ein riesiger Schutthaufen und ich buddel mich nur mühsam heraus.....Aber ich gebe nicht auf!“⁷⁶ Auch die Inhaberinnen zweier weiteren Accounts, *depression_herz_schmerz* und *depression.dubistnichtallein*, benutzen in ihren Beiträgen bunte, kräftige Farben, mit einem großen Anteil von verschiedenen Rottönen wie pink oder rosa.

Intratextuelle Analysen: Ich-Erzählungen

In allen vier Accounts ist auf der intratextuellen Ebene dasselbe Handlungsmuster zu finden. Zuerst wird eine *small story* präsentiert, eine kurze Darstellung eines Ereignisses oder Alltagserlebnisses. Es findet eine Bewertung (Evaluation) der Situation statt. Dabei werden sowohl die Vergangenheit als auch die aktuelle Situation thematisiert. Anschließend wird die Zukunft antizipiert. Auf diese Art und Weise wird die narrative textuelle Struktur realisiert. Die antizipierte und gewünschte Zukunft wird dabei als positiv dargestellt.

Die Initialbeiträge, *small stories*, enthalten fast ausschließlich Beschreibungen von subjektiven Erlebnissen in der Depression. Sprachlich sind diese Darstellungen sehr individuell und kreativ, wenn versucht wird, ein anschauliches sprachliches Bild für die Darstellung von inneren Zuständen zu finden. So wird die subjektiv empfundene Gedankengeschwindigkeit als „Gedankenkarussell mit 200km/h“ beschrieben: „Konzentrationschwierigkeiten, nicht aus dem Bett kommen, Gedankenkarussell mit 200km/h, ein sehr negatives Selbstbild und wenig Drive.“⁷⁷ In einem weiteren Beispiel wird die Heftigkeit des emotionalen Erlebnisses mit einem Tornado verglichen:

Ich wurde wach und war relativ schnell total erschöpft von dem fiesem Gedankenkarussell, das sich un-
aufhörlich in mir drehte. Einfach aussteigen ging nicht. Wenn, dann nur mit richtig krasser Disziplin
und Ablenkung. Dazu musste ich es dann aber erst mal aus dem Bett geschafft haben. Selbst Kaffee hat
mich dabei nie wirklich in die Gänge gebracht und den Tornado voller Selbstzweifel, Zukunftsängste
und Hilflosigkeitsgefühle eher noch weiter angetrieben.⁷⁸

⁷⁶ https://www.instagram.com/p/CmyTbP1M4_E/ (24.11.2023).

⁷⁷ <https://www.instagram.com/depridisco/>, Beitrag vom 4.12.2020 (14.7.2023).

⁷⁸ <https://www.instagram.com/depridisco/>, Beitrag vom 1.12.2020 (14.7.2023).

Gleichzeitig wird aber der Zustand der Bewegungsunfähigkeit und Sprachlosigkeit artikuliert: „Als würde es einfach an mir vorbei ziehen, während ich dabei total versteinert und stumm in die Röhre schaue.“⁷⁹

Die Darstellungen von subjektiven Empfindungen während einer Depression sind ein Versuch, etwas sprachlich auszudrücken, was schwer verbalisierbar ist. Die Schwierigkeit, innerpsychische Vorgänge während einer Depression zu externalisieren, wird auch im medizinischen Fachdiskurs thematisiert.⁸⁰ Die metaphorische Ausdrucksweise erscheint dabei als die einzig mögliche Wahl: Ein höchst individuelles, abstraktes und für Außenstehende nicht nachvollziehbares Erleben kann sprachlich nicht anders ausgedrückt werden. Bemerkenswert ist auch, dass es für die metaphorischen Ausdrücke, die der Beschreibung von Depressionssymptomen dienen, keine wörtlichen, nichtmetaphorischen Entsprechungen gibt.⁸¹ Es ist zudem anzunehmen, dass der mediale Sprachgebrauch sowie die Präsenz von Depressionsthemen in den Massenmedien die erkrankten Personen auch in ihrem Sprachgebrauch in Bezug auf die eigene Erkrankung beeinflussen kann.

Die verwendeten metaphorischen Ausdrücke können sehr individuell sein, verweisen aber immer wieder auf die den gängigen Depressionsdiskurs prägenden abstrakten Konzepte, im Sinne der kognitiven Metaphertheorie nach Lakoff und Johnson⁸² (s. oben die bereits erwähnte Hell-Dunkel-Metaphorik). Der Titel des Beitrags vom 02.03.2019 – „Den Weg zu Genesung findest Du nicht bei Google Maps“ – verweist auf das metaphorische Konzept ‚Depression ist ein Weg‘⁸³. „Der nicht sichtbare Teil des Eisbergs ist schwarz“ (Titel des Beitrags vom 03.03.2019), „Hello darkness my old friend“ (Titel des Beitrags vom 04.12.2020) und „[...] Gerade wird wieder alles dunkler, da hilft mir dein kleiner Reminder ein wenig“⁸⁴, repräsentieren das Konzept ‚Depression ist Dunkelheit‘.

79 <https://www.instagram.com/depridisco/>, Beitrag vom 21.10.2020 (14.7.2023).

80 Vgl. Hans Feer: *Die Sprache der Psychiatrie. Eine linguistische Untersuchung*. Berlin 1987; Cornelius Brock, Armin Schäfer (Hg.): *Das psychiatrische Aufschreibesystem. Wahnsinn und Methode. Notieren, Ordnen, Schreiben in der Psychiatrie*. Paderborn 2015.

81 An einer anderen Stelle bin ich ausführlich auf diese Fragestellung eingegangen, sie betrifft generell den Status von Metaphern im Sprachsystem: Marina Iakushevich: In der Seelenfinsternis gefangen. Metaphern der Depression in den deutschen Qualitätsmedien. In: *Der Sprachdienst* 6.64 (2020), 260-272.

82 Vgl. George Lakoff, Mark Johnson: *Metaphors We Live By*. Chicago 1980.

83 Die Schreibweise richtet sich nach den Konventionen der kognitiven Metaphertheorie.

84 Kommentar von [_howtogetlost_](#) zum Beitrag am 29.03.2019 (15.7.2023).

In dem Beispiel „[...] nicht mehr in der Lage [...], mein Leben in den Griff zu bekommen“, wird das Konzept ‚Depression ist Kontrollverlust‘ realisiert.

In ihren Beiträgen initiieren die Accountinhaber*innen ein Thema, einen bestimmten Aspekt ihrer Erkrankung. Das Thema wird in den Kommentaren aufgegriffen, indem gleiche Erfahrungen mitgeteilt werden. Man vergewissert sich der Ähnlichkeit bzw. der Gleichheit der Erfahrungen, dadurch fühlt man sich nicht mehr alleine, findet eine Gruppe Gleichgesinnter. So findet eine interaktive „construction of shared experience“ statt.⁸⁵

Die Darstellung des eigenen emotionalen Zustandes während der Depression dient, wie aus allen untersuchten Accounts ersichtlich wird, auch dem Öffentlich machen der Erkrankung und der Äußerung der Hoffnung auf Genesung. Mit dem Einrichten eines Accounts wird die Erkrankung öffentlich, es ist ein ‚Bekenntnis‘ zu Depression.⁸⁶ Auch das folgende Zitat aus dem Account *Depressionshelden* exemplifiziert dieses Element der narrativen Struktur. Gleichzeitig enthält es die konzeptuellen Metaphern der Dunkelheit („dunkle Tage“), des Wegs („Schritt für Schritt“), mit denen die innerpsychischen Vorgänge dargestellt werden:

Heute, nach vielen Therapiestunden, medikamentöser Unterstützung und allem voran, viel Selbstreflexion, Gesprächen mit andern [sic] Betroffenen und einem offenen Umgang mit meinen Depressionen, Ängsten und Unsicherheiten, kemple ich grad Schritt für Schritt mein Leben um. Und zwar, so glaube ich, in eine ziemlich positive Richtung. Natürlich werden immer wieder mal dunkle Tage vorbeischaun, aber ich bin zuversichtlich, dass diese mehr und mehr an Kraft verlieren werden.⁸⁷

In den Ich-Erzählungen wird ein weiteres Element der Selbstdarstellung, die Selbstetikettierung⁸⁸ realisiert. Die von den Nutzer*innen gewählten Selbstbezeichnungen sind in den Benennungen der Accounts, in den Initialbeiträgen und auch in den Kommentaren der Antwortenden zu finden. Das Kompositum *depridisco* enthält das umgangs-

85 Miriam A. Lochner Franziska Thurnherr: Typing yourself healthy: Introduction to the special issue on language and health online. In: *Linguistik online* 87 (2017), 3-24, 3.

86 Diese narrative Struktur wurde auch in einer anderen Untersuchung zu postpartaler Depression nachgewiesen: vgl. Sylvia Jaworska: ‘Bad’ mums tell the ‘untellable’: Narrative practices and agency in online stories about postnatal depression on Mumsnet. In: *Discourse, Context & Media* 25 (2018), 25-33, 28.

87 <https://www.instagram.com/p/CRv01rHnQqn/> (15.7.2023).

88 Vgl. Döring, Sozialpsychologie des Internet, 335.

sprachliche Wort „Depri“⁸⁹ und das Kurzwort „Disco“⁹⁰. Disco ist positiv konnotiert, da eine Disco ein Vergnügungsort ist. Die positive Konnotation des Wortes passt sehr gut zu der Farbgestaltung des Accounts, die, wie oben bereits diskutiert, die Hoffnung auf eine gesunde Zukunft transportieren soll. Diese Nominationsstrategie zusammen mit der Farbwahl ist ein weiteres Gestaltungselement dieses multimodalen Kommunikats. Gleichzeitig wird dadurch die narrative Struktur realisiert, insbesondere die Temporalität. Es wird die aktuelle Lage dargestellt, aber auch die erwünschte Zukunft. Mit der Bezeichnung *depridisco* wird das individuelle Krankheitserlebnis positiv, wie eine Disco mit Tanz, Spaß, Kommunikation, aber evtl. auch als chaotisch, unübersichtlich und nicht immer kontrollierbar, dargestellt. Durch diese positiven Darstellungen versucht die Autorin, ihre Lage als erträglich zu beschreiben, um sich selbst zu entlasten und aufzumuntern. Auch Selbstlob gehört dazu: So wird der zweite Beitrag des Accounts als „Wir sind Superhelden jeden Tag“⁹¹ betitelt. Auf dem Bild ist die schwarze Batman-Gesichtsmaske abgebildet, damit wird intertextuell auf das bekannte Wissen bei den Nutzer*innen angespielt. Die symbolische Bedeutung⁹², die in dieser Text-Bild-Konstellation konstruiert wird, spricht zusätzlich die Norm- und Wertvorstellungen einer Gesellschaft an, in der es Superheld*innen gibt, denen bestimmte Eigenschaften zugewiesen und an die bestimmte Erwartungen gestellt werden. In dieser Selbstbezeichnung spricht sich die Autorin des Accounts diese Heldeneigenschaften zu und stellt sich auf eine bestimmte Art und Weise dar. Die schwarze Batman-Gesichtsmaske auf dem rosa Hintergrund benutzt die Accountinhaberin auch auf ihrem Profilbild, was ihre Absicht, gegen die Depression zu kämpfen, noch einmal unterstreicht.

Derselben Nominationsstrategie folgen auch die Beiträger*innen des Accounts *depressionshelden*.⁹³ Die erkrankten Menschen sehen sich als Held*innen in der alltäglichen Bewältigung ihrer Erkrankung, damit drücken sie eine positive Bewertung ihrer Handlungen aus. Und es ist ein Selbstlob, da man sich dadurch positive Eigenschaften zuschreibt, die zumindest in den westeuropäischen Gesellschaften hoch angesehen

89 <https://www.dwds.de/wb/Depri> (30.1.2023).

90 <https://www.dwds.de/wb/Disco> (30.1.2023).

91 <https://www.instagram.com/p/Btk8Bfegwae/?next=%2F> (30.1.2023).

92 Vgl. Hartmut Stöckl: *Die Sprache im Bild – das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text*. Berlin, Boston 2004, 258–260.

93 Vgl. <https://www.instagram.com/depressionshelden/?next=%2F> (30.1.2023).

werden. Gleichzeitig dienen solche Selbst-Bezeichnungen der alltäglichen Identitätsarbeit,⁹⁴ Lochner und Thurnherr sprechen in solchen Fällen von „Identitätskonstruktion“⁹⁵.

Interaktionsstruktur

Die Handlungs- bzw. Interaktionsstruktur, die auf Instagram vorgegeben ist, ist nach dem Muster Initialbeitrag platzieren – auf den Initialbeitrag reagieren aufgebaut. Die Reaktionsbeiträge können sich sowohl auf den Initialbeitrag beziehen als auch auf die vorhergegangenen Beiträge.⁹⁶ Auf diese Weise ergeben sich Interaktionssequenzen, die immer wieder wiederholt werden. Bei den untersuchten Accounts sind die Initialposts nach dem folgenden Muster aufgebaut: Darstellung eigener Erfahrungen – Formulierung einer Frage an die Community, wie im folgenden Beispiel: „Am Ende des Tages hab ich mir dann oft ernüchtert gedacht: 'Naja, vielleicht schaffst du es ja morgen... oder vielleicht dann halt übermorgen...'. [...] Kennt ihr das?“⁹⁷ Das Formulieren einer Frage ist eigentlich nicht nötig, da das Kommentieren und Reagieren erwartet werden. Bei den Depressionsaccounts wird nicht nur eine Selbstmitteilung angestrebt, sondern auch eine explizite Ansprache, die auch als eine Einladung zu Gemeinschaftsbildung verstanden werden kann.

Auf der diskursiven Ebene kann man bei diesen Interaktionen vom Aufbau von bestimmten Diskurspositionen sprechen. Die Diskursakteur*innen zeigen nicht nur Präsenz im (privat)öffentlichen Raum, sondern positionieren sich mit ihrem Wissen und ihren Erfahrungen zu Depression als Expert*innen im Diskurs und können dadurch, wenn auch nur begrenzt, im Rahmen einer privaten Öffentlichkeit, eine gewisse Macht haben.⁹⁸

94 Vgl. Claudia Fraas et al.: *Online-Kommunikation: Grundlagen, Praxisfelder und Methoden*. Oldenbourg 2011, 74–75.

95 Lochner und Thurnherr, Typing yourself healthy, 3.

96 Vgl. Hans-Jürgen Bucher: Zwischen Deliberation und Emotionalisierung: Interaktionsstrukturen in Sozialen Medien. In: Konstanze Marx et al. (Hg.): *Deutsch in Sozialen Medien. Interaktiv – multimodal – vielfältig*. Berlin, Boston 2020, 123-145, 127.

97 https://www.instagram.com/p/Cz_IRYwsRbZ/?img_index=1 (25.11.2023).

98 Vgl. Spitzmüller und Warnke, Diskurslinguistik, 182.

Transtextuelle Analysen: Wir-Erzählung als Selbstdarstellung

Wie oben bereits diskutiert wurde, sind die Depressionsdarstellungen auf Instagram Alltagserzählungen, Ich-Erzählungen,⁹⁹ in denen persönliche Erfahrungen mit der Depression, einzelne Vorfälle, Ereignisse, subjektive Empfindungen hervorgehoben werden.

Durch diese interaktive Kommunikation wird meta-narrativ eine Wir-Erzählung konstruiert, indem individuelle Erfahrungen in Bezug zu Erfahrungen anderer gesetzt, die Gemeinsamkeiten der Erfahrungen hervorgehoben werden. Diese Wir-Erzählung wird einerseits in den einzelnen Textbeiträgen konstruiert, andererseits entsteht sie auf der transtextuellen Ebene, da sie erst durch die Interaktionen unter vielen Instagramnutzer*innen entsteht. Das kollaborative Erzählen wird vor allem durch das Personalpronomen ‚wir‘ und das Possessivpronomen ‚unser‘ markiert. Das inkludierende ‚Wir‘ dient dazu, eine Gemeinschaft zu bilden, setzt aber gleichzeitig voraus, dass sich Personen angesprochen fühlen werden: „Viele von uns ziehen dann draußen ihre Maske auf, denn wir schämen uns oft sehr für unsere Diagnose und deren Symptome. Außerdem wollen wir niemanden in die unangenehme Situation bringen, mit der stigmatisierten bösen D-Sache umgehen zu müssen.“¹⁰⁰ Der Beitrag, aus dem dieser Auszug stammt, wird betitelt mit „Wir sind Superhelden“. Mit den Wir-Erzählungen wird aber auch exkludiert: In den Initialbeiträgen und Kommentaren werden außenstehende Personen thematisiert, die keine Depression und oft kein Verständnis dafür haben, wie es in dem vorherigen Zitat auch zu finden ist: „Außerdem wollen wir niemanden in die unangenehme Situation bringen, mit der stigmatisierten bösen D-Sache umgehen zu müssen.“

In den Wir-Erzählungen treten Individuen als einzelne Personen auf und gleichzeitig wird die Gemeinschaft adressiert, es wird aus der Perspektive der Gemeinschaft, zu der man sich zugehörig fühlt, gesprochen.¹⁰¹ In der so geschaffenen Gemeinsamkeit wird eine Normalität postuliert: Depression ist keine individuelle Ausnahmeerscheinung und -erfahrung, sondern eine, die viele machen. Dadurch wird es in dieser Gemeinschaft zu ‚Normalität‘. Über den verbalen Austausch wird sichergestellt, dass viele Personen gleiche oder ähnliche Erfahrungen teilen.

99 Vgl. Monika Fludernik: *Erzähltheorie. Eine Einführung*. Darmstadt 2010, 42.

100 <https://www.instagram.com/p/Btk8Bfegwae/> (25.11.2023).

101 Vgl. Uri Margolin: Telling in the Plural: From Grammar to Ideology. In: *Poetics Today* 21.3 (2000), 591-618, 592.

Das Erzählen von der Krankheit soll auch dazu dienen, die Krankheit zu überwinden. Die Autorin von *depridisco* kommuniziert es auch explizit in ihrem ersten Beitrag: „Ich teile hier alles, was helfen kann, die Welt ein Stückchen positiver wahrzunehmen und ein paar Millimeter weiter aus diesem fiesem Loch zu kommen. Let´s fetz!“. In anderen untersuchten Accounts spielt die Hoffnung auch eine große Rolle, so z.B. bei *depressionshelden*:

Vielleicht ist die Depression ein heftiger Tritt, der uns erst die Möglichkeit gibt uns besser kennenzulernen, ein Augenmerk auf das zu richten was uns eine Maske aufsetzt, die uns nicht mal bewusst war. Die Depression ist nun da und versucht dir die Maske nach und nach abzunehmen. Klar tut das anfangs alles andere als gut, da man sich hinter seiner Maske doch immer verstecken konnte.

Erst wenn die Maske gefallen ist, merken wir oft was sie für eine Bürde war. Immer klarer verstehen wir wie wichtig es ist auf diese Maske zu verzichten.¹⁰²

In den Interaktionen wird sichergestellt, dass man gleiche oder ähnliche Erfahrungen gemacht hat, auch das dient der Gemeinschaftsbildung, wie der Name eines anderen Accounts *depression_dubistnichtallein* verdeutlicht. Der Austausch mit anderen Betroffenen soll dazu dienen, mit der Depression besser leben zu können, also Hilfe zu suchen. Gleichzeitig wird explizit dargestellt, dass man auch den anderen Betroffenen helfen will:

Dies ist mein 100. Posting. Wow. 8 Monate gibt´s die depridisco nun schon! Am Anfang gab es nur ein paar Skizzen aus meiner Psychoedukationsgruppe und den Plan, das irgendwann mal in etwas Brauchbares zu verwerten, das vielleicht auch anderen helfen kann. Danke an alle, die mir hier folgen und mir Mut machen, über meine Krankheit zu sprechen und mir das Gefühl geben, dass ich nicht alleine bin! ❤️#.¹⁰³

Der Account *Depressionshelden* thematisiert ebenfalls die Hilfe für sich selbst und andere: „Zusammen stark sein um andere zu Stärken! [sic!]“¹⁰⁴ Sich selbst und den Anderen helfen, sich gegenseitig unterstützen sind also typische Handlungen, die von Instagram-Nutzer*innen ausgeführt werden.

102 <https://www.instagram.com/p/CmLwpwOsXn1/> (25.11.23).

103 <https://www.instagram.com/p/B2qmTIWHA8G/?next=%2F> (30.1.2023).

104 <https://www.instagram.com/depressionshelden/?next=%2F> (30.1.2023).

Das Erzählen dient als ein kollektiver kommunikativer Akt, der die Verbindung zwischen der erzählten Vergangenheit, der Gegenwart, in der die medienvermittelte Interaktion stattfindet, und der Zukunft, die durch das gemeinsame Erzählen konstruiert wird, verbindet. Es wird eine gemeinsame Krankheitsgeschichte erzählt, eine Meta-Erzählung. Diese mediale Depressionsdarstellung kann dem massenmedialen Krankheitsbild¹⁰⁵ gegenübergestellt werden. In den Massenmedien werden Depressionsdarstellungen in wissensvermittelnden Kontexten genutzt, die Krankheitserzählungen dienen der Personalisierung abstrakter wissenschaftlicher Inhalte und machen wissensvermittelnde Texte attraktiv für die Leser*innen. Auf Instagram sind die Krankheitserzählungen der Inhalt, der vermittelt wird, und dienen der Selbstdarstellung, der Selbsthilfe¹⁰⁶ und als Hilfsangebot.

In den Interaktionen auf Instagram wird das individuelle Wissen von den Nutzer*innen öffentlich gemacht. Es ist vor allem das subjektive Erfahrungswissen, das den Personen wichtig ist und das sie mit anderen teilen. Durch das interaktive Aushandeln dieser individuellen Wissensbestände bekommen die an einer Depression erkrankten Menschen Bestätigung und Gewissheit über ihre subjektiven Erfahrungen. Ihr ‚Laienwissen‘ wird durch diese Bestätigung bedeutungsvoll, wenn auch nur in einer begrenzten Öffentlichkeit eines digitalen Mediums.

Fazit

Die Analysen haben gezeigt, wie unter den Bedingungen einer vernetzten Kommunikation im Medium Instagram Praktiken der Selbstdarstellung in Bezug auf das Erzählen von Depressionen realisiert werden. Dabei wurde die wesentliche Rolle der Multimodalität betont. Auf der Ebene des visuellen Kodes wurde insbesondere die farbliche Gestaltung hervorgehoben. Im wechselseitigen Zusammenspiel mit anderen Gestaltungselementen wie Bildern und Typographie konnte man sehen, wie die Temporalität als ein wesentliches Element der narrativen Struktur auf der intratextuellen Diskursebene dargestellt wird. Es werden persönliche Erfahrungen und Alltagserlebnisse beschrieben, dies wird durch

105 Vgl. Iakushevich, Immer mehr Menschen fallen in Depressionen, 399-417, 414.

106 Die Interaktion auf Instagram-Accounts zu Depression ähnelt der eines therapeutischen Interviews, s. z.B. William Labov, David Fanshel: *Therapeutic Discourse. Psychotherapy as Conversation*. New York u.a. 1977.

Ich-Erzählungen, *small stories*, realisiert. Auf der transtextuellen Diskursebene wird von den Instagramnutzer*innen eine gemeinsame Depressionserzählung, eine konstruierte Wir-Erzählung, mit verschiedenen semiotischen Mitteln dargestellt. Subjektive Empfindungen und individuelles Erleben werden mit konzeptuellen Metaphern ausgedrückt, die die einzig mögliche Verbalisierungsstrategie darstellen.

Das Thematisieren von Depressionen auf Instagram kann als Selbstdarstellung gewertet werden, aber auch als ein Versuch, sich selbst und den anderen Nutzer*innen zu helfen. Durch das Inszenieren und Teilen von persönlichen Erfahrungen versuchen die Instagramnutzer*innen eine Gemeinschaft zu bilden, sich zu vergewissern, dass ihre Erfahrungen keine Abweichungen von der allgemeinen ‚Normalität‘ sind. Gleichzeitig präsentieren diese geteilten Erfahrungen in gewisser Weise auch ein Expertentum, das auf ein spezifisches, erfahrungsbasiertes Wissen verweist.

Korrespondenzadresse

Marina Iakushevich

Arbeitsbereich Germanistische Sprachwissenschaft

Institut für Deutsche Philologie

Steinbeckerstraße 15

17487 Greifswald

E-Mail: marina.iakushevich@uni-greifswald.de