

Sick Style als digitaler Medientrend im Kontext von (Ent-)Stigmatisierung psychischer Erkrankungen - eine qualitative Interviewstudie

Dorrani, Celine; Betz, Annabelle; Philipp, Aaron; Redenz, Carolin; Waßmann, Lara Fé; Sukalla, Freya

Erstveröffentlichung / Primary Publication

Konferenzbeitrag / conference paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Dorrani, C., Betz, A., Philipp, A., Redenz, C., Waßmann, L. F., & Sukalla, F. (2022). Sick Style als digitaler Medientrend im Kontext von (Ent-)Stigmatisierung psychischer Erkrankungen - eine qualitative Interviewstudie. In J. Vogelgesang, N. Ströbele-Benschop, M. Schäfer, & D. Reifegerste (Hrsg.), *Gesundheitskommunikation in Zeiten der COVID-19-Pandemie* (S. 1-9). Stuttgart: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. <https://doi.org/10.21241/ssoar.85050>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Sick Style als digitaler Medientrend im Kontext von (Ent-)Stigmatisierung psychischer Erkrankungen – Eine qualitative Interviewstudie

Celine Dorrani, Annabelle Betz, Aaron Philipp, Carolin Redenz, Lara Fé Waßmann, Freya Sukalla

Universität Leipzig

Zusammenfassung

Soziale Medien bieten Menschen mit psychischen Erkrankungen die Möglichkeit, das öffentliche Bild ihrer Krankheit zu gestalten und stereotypen Darstellungen entgegenzuwirken. In dieser Studie untersuchen wir, wie Instagram-Nutzende sich Sick-Style-Posts, d. h. die ästhetisierte und inszenierte Darstellung psychischer Krankheiten, aneignen, um herauszufinden, ob und welche Art von Sick-Style zur Entstigmatisierung beitragen oder möglicherweise zu einer noch stärkeren Stigmatisierung führen könnte. Auf der Grundlage von 18 qualitativen Interviews wurden vier Arten der Sick-Style-Aneignung identifiziert: Befürworter:innen, Gegner:innen, distanzierte und überforderte Nutzer:innen. Die Ergebnisse zeigen Entstigmatisierungspotential für verschiedene Typen der Sick-Style-Aneignung sowie für verschiedene Formen des Sick Styles, weisen aber in einigen Fällen auch auf die Gefahr einer stärkeren Stigmatisierung hin.

Keywords: psychische Erkrankung, Instagram, Stigmatisierung, Sick Style, qualitative Interviews

Summary

Social media provide individuals with mental illness with the opportunity to shape the public image of their illness and counter stereotypical portrayals. In this study, we examine how Instagram users appropriate Sick Style posts, for example the aestheticized portrayal of mental illness, to identify whether and which kind of Sick Style might contribute to de-stigmatization or possibly lead to even greater stigmatization. Based on 18 qualitative interviews, four types of Sick Style appropriation were identified: Supporters, Opponents, Distant and Overwhelmed Users. The results show a potential for de-stigmatization for different types of Sick Style appropriation as well as for different forms of Sick Style, but in some cases also indicate a risk of greater stigmatization.

Keywords: mental illness, Instagram, stigmatization, Sick Style, qualitative interviews

1 Einleitung

Da psychische Krankheiten als ein Merkmal gelten, das von dem kollektiven Normverständnis (eines gesunden Menschen) unserer Gesellschaft abweicht, werden Menschen, die von psychischen Krankheiten betroffen sind, in der Öffentlichkeit stigmatisiert (Aydin & Fritsch, 2015). So gelten Menschen mit psychischen Krankheiten beispielsweise als inkompetent, gefährlich oder unfähig, einer beruflichen Tätigkeit nachgehen zu können oder eine Beziehung zu führen (Corrigan, 2018). Diese Stigmata können sich in abwertendem und ausgrenzenden Verhalten äußern bzw. zu Diskriminierung der Betroffenen führen. Betroffene müssen neben der psychischen Krankheit also zusätzlich mit den Auswirkungen ihres Stigmas kämpfen. Um der Stigmatisierung zu entgehen, verbergen viele Betroffene ihre psychische Krankheit. Die damit einhergehende Verleumdung der eigenen Identität sowie die Internalisierung der Stigmata stellt eine zusätzliche psychische Belastung für die Betroffenen dar (Aydin & Fritsch, 2015). Zudem führt die Stigmatisierung oft dazu, dass Betroffene sich keine therapeutische Hilfe für den Umgang mit ihrer Krankheit suchen (Ma, 2017). Da die Stigmatisierung sich negativ auf den Krankheitsverlauf und den Umgang mit der Krankheit auswirken kann, ist es eine moralische Verantwortung der Gesellschaft psychische Krankheiten zu entstigmatisieren – also Stigmata aktiv zu reduzieren (Rüsch, Heland-Graef & Berg-Peer, 2021).

Menschen mit psychischen Krankheiten haben über soziale Netzwerke die Möglichkeit, das öffentliche Bild ihrer Krankheit mitzubestimmen und damit stereotypen Darstellungen entgegenzuwirken (Ma, 2017). Neben der Möglichkeit des Selbstaudrucks bieten soziale Medien aufgrund ihrer Interaktivität auch die Möglichkeit des sozialen Austauschs (Andalibi, Ozturk & Forte, 2017). Sowohl das, durch die Selbstdarstellungen entstehende, diversere Bild der Krankheiten als auch die Interaktion können sich positiv auf die Entstigmatisierung von psychisch erkrankten Menschen auswirken (Klin & Lemish, 2008). In dieser Studie untersuchen wir, wie Instagram-Nutzende sich Sick-Style-Posts, d. h. die ästhetisierte und inszenierte Darstellung psychischer Krankheiten, aneignen, um herauszufinden, ob und welche Art von Sick-Style zur Entstigmatisierung beitragen oder möglicherweise zu einer noch stärkeren Stigmatisierung führen könnte.

2 Der Medientrend Sick Style und die Darstellung psychischer Krankheiten

Im Rahmen design-ethnografischer Forschung untersuchten Mair, Müller & Schmocker (2019) die Darstellung des Leids als Folge psychischer Erkrankungen in sozialen Medien und identifizierten dabei den Trend Sick Style als Überbegriff für neue Formen dieser Darstellungen. Bei Sick Style handelt es sich um Beiträge, vorrangig auf der Plattform Instagram, in denen private Erfahrungen der psychischen Erkrankung öffentlich verarbeitet werden. Die Darstellung der psychischen Krankheiten wird dabei der Plattform angepasst und entsprechend inszeniert und ästhetisiert. Dabei setzen sich die vornehmlich jugendlichen Nutzenden überwiegend auf privaten Accounts bildhaft mit der Thematik des psychischen Leids auseinander. Die Community nutzt dabei Fotos, Videos, Memes, Grafiken und Bildunterschriften für die digitale Darstellung und Auseinandersetzung mit psychischen Problemen (Schmocker, 2021). Schmocker (2021) unterscheidet hierbei zwischen vier verschiedenen visuellen Stilen, mit denen psychische Erkrankungen inszeniert werden.

Sadical. Dieser Stil ist eine Mischung aus „sad“ (traurig) und „radical“ (radikal) und meint damit die radikale Traurigkeit. Hier werden Aspekte psychischer Erkrankungen angedeutet (wie z.B. Suizid, Selbstverletzung, etc.).

Softcore. Dieser Stil soll Betrachtende darin bestärken, zu den eigenen Emotionen zu stehen. Insbesondere Sensibilität und Verletzlichkeit stehen hier im Mittelpunkt und werden als persönliche Stärken betont. Pastellfarben und eine positive Atmosphäre in Form von aufmunternden Statements sind bei Softcore-Posts besonders häufig vorzufinden.

Chaos Magic. Hier steht die Spiritualität im Vordergrund. Emotionale und psychische Probleme werden mit Bildwelten von Natur, Astrologie, Yoga und Ähnlichem in Verbindung gebracht.

Xan-Culture. Für diesen Stil sind grelle Farben, Provokation und teilweise (Galgen-)Humor charakteristisch. Schmocker (2021) merkt an, dass der Missbrauch der Medikamente Lean (eine Mischung aus verschreibungspflichtigem Hustensaft, Codein und Limonade) und Xanax (ein Medikament gegen Angststörungen und Panikattacken; beides wirkt betäubend und teilweise euphorisch) als Drogen häufig mit Sick

Style in Verbindung steht, weswegen einige Bilder an Drogentrips erinnern.

Einzelne Posts sind dabei nicht zwingend eindeutig einem dieser Typen zuzuordnen, sondern weisen Mischtypen auf (Schmocker, 2021).

Neben den vier visuellen Stilen identifizierten Mair et al. (2019) acht inhaltliche Kommunikationsmuster:

For your information (FYI). Hierbei handelt es sich um Posts, bei denen objektive Fakten zu psychischen Krankheiten, deren Ursachen, Verlauf und Therapieformen präsentiert werden. Derartige Posts können von Betroffenen veröffentlicht werden, aber auch von fachlichem Personal.

Confessions. In diesen Beiträgen teilen Betroffene introspektiv und reflexiv eigene Gedanken und Gefühle in Form von Selbstenthüllungen. Dies erfolgt in einem hohen Maße selbstanalytisch, wodurch eine hohe Authentizität und Glaubwürdigkeit gegeben ist. Diese Beiträge sollen vor allem dem Austausch und weniger dem Generieren von Aufmerksamkeit dienen und begünstigen damit Anschlusskommunikation.

Recovery Journeys. Hier berichten Betroffene von ihrer Krisenbewältigung und dem Umgang mit ihren Problemen. Damit nehmen sie innerhalb der Community eine Vorbildfunktion ein und zeigen, dass bzw. wie es möglich ist, psychische Krankheiten und Krisen zu bewältigen.

Viewpoint Abyss. Mit diesen Posts versuchen die Betroffenen das innere Erleben für Außenstehende intersubjektiv nachvollziehbar zu machen. Im Gegensatz zu den Confessions und Recovery Journeys erfolgt dies aber unreflektiert, direkt und distanzlos. Das Hauptmotiv hierbei ist eine starke Verzweiflung. Um Fremden Einblicke in die eigene Gefühlswelt zu geben, werden bei dem Viewpoint Abyss oft dramatische Effekte und unbeschönigte Texte genutzt.

Venting. In diesen Beiträgen äußern Betroffene ihre Emotionen frei und unreflektiert. Dabei werden oft bestimmte Menschen, Institutionen und Situationen für bestimmte Gefühle verantwortlich gemacht.

No Happy End. Bei diesem Kommunikationsmuster werden Suizidabsichten geteilt.

Funny Breaks. Hier werden mithilfe von Ironie und Sarkasmus Witze über die eigene Krankheit und Ge-

fühlswelt gemacht. Die Intention hierbei ist es oft, die Thematik des psychischen Leids zu enttabuisieren und in einen positiven, humorvollen Kontext zu rücken. Dies kann eine positive Identifikation mit der Thematik ermöglichen.

Help (Me). Diese Beiträge bieten eine Möglichkeit, anderen Betroffenen Hilfe zu geben oder diese aktiv zu suchen (Mair et al., 2019).

Der Fokus von Mair et al. (2019) lag insbesondere auf der Produzierendenseite. Für eine breite entstigmatisierende Wirkung ist jedoch nicht nur die Intention der Betreibenden, sondern auch die Wahrnehmung, Bewertung und Verarbeitung der (nicht-betroffenen) Öffentlichkeit wichtig. Ob und welche Art von Sick Style zu gesellschaftlicher Entstigmatisierung beitragen oder womöglich zu noch stärkerer Stigmatisierung führen kann, hängt ausgehend vom Rezipierenden-Verständnis der Aneignungsforschung (Hepp, 2005) davon ab, wie sich Menschen außerhalb der Sick Style-Community diese Beiträge aneignen. Es gilt damit zu untersuchen, wie die Öffentlichkeit solche Beiträge unter Einbezug ihrer Lebenskontexte sowie ihrer Wissensstrukturen und Assoziationen über Menschen mit psychischen Krankheiten nutzt, verarbeitet und bewertet (Charlton, 1997):

FF1: Wie eignen sich Instagram-Nutzer:innen Sick Style-Beiträge an?

3 Sick Style im Kontext von (Ent-)stigmatisierung psychischer Krankheiten

Um der öffentlichen Stigmatisierung von Menschen mit psychischen Krankheiten entgegenzuwirken, unterscheiden Corrigan und O'Shaughnessy (2007) drei Methoden der Entstigmatisierung: Protest, Aufklärung und Kontakt. Die Methode des Protests hat das Ziel, auf Diskriminierung aufmerksam zu machen und Menschen und Institutionen zur Verantwortung zu ziehen. Aufklärung dient der Aufdeckung bestehender gesellschaftlicher Vorurteile sowie der Vermittlung von Wissen über psychische Erkrankungen. Kontakt mit Personen, die von psychischer Krankheit betroffen sind bzw. waren, dient dazu, Vorurteile abzubauen und Gemeinsamkeiten zu ihnen aufzuzeigen (Corrigan & O'Shaughnessy, 2007). Diese Strategien lassen sich – wenn auch nicht immer intendiert – in den unterschiedlichen Formen des Sick Styles identifizieren: Während alle Sick Style Posts die Möglichkeit des (parasozialen) Kontakts bieten, können die Kommunikationsmuster FYI, Confessions, Recovery Journeys sowie Viewpoint

Abyss die Strategie der Aufklärung bedienen. Venting sowie Funny Breaks dagegen bedienen die Strategie des Protests.

Die Inszenierung und Ästhetisierung psychischer Krankheiten in Form des Sick Styles birgt auch Risiken: Neben potenzieller negativer Verstärkung sowie dem Animieren zur Nachahmung von selbstverletzendem Verhalten oder Suiziden (Jadayel, Medlej & Jadayel, 2017) kann Sick Style auch zu (stärkerer) Stigmatisierung führen. Dadurch, dass diese Beiträge oft von Betroffenen und weniger von Fachkräften mit entsprechendem Wissen publiziert werden (Mair et al., 2019), kann es zu der Veröffentlichung falscher oder irreführender Informationen kommen. Da es sich bei psychischen Erkrankungen um individuelle Krankheitsbilder handelt, kann auch eine zu einseitige Darstellung unrealistische oder falsche Erwartungen an die Krankheit und die Betroffenen wecken (Naslund, Aschbrenner, Marsch & Bartels, 2016).

Mair et al. (2019) merken in ihrer Studie an, dass Sick Style auch negative Emotionen und Assoziationen gegenüber Betroffenen hervorrufen kann – und nicht nur, wie von den Postenden intendiert, Empathie und Akzeptanz für psychisches Leid. Dies sei besonders bei dem Kommunikationsmuster Viewpoint Abyss der Fall, bei dem Gedanken und Gefühle unreflektiert veröffentlicht werden. Sind solche negativen Assoziationen deckungsgleich mit vorherrschenden Stereotypen, kann eine bestehende Stigmatisierung verstärkt werden. Auch negative Gefühle können zu Stigmatisierung führen oder diese verstärken (Aydin & Fritsch, 2015).

Die besondere visuelle Ästhetik von Sick Style-Beiträgen, wie z. B. die pastellfarbenen Fotowelten der Kategorie Softcore oder die grell-bunten, tripähnlichen Darstellungen der Kategorie Xan-Culture, können wiederum eine Romantisierung und damit Verharmlosung psychischer Krankheiten bewirken. Die Ernsthaftigkeit der Krankheiten kann bei solchen Inszenierungen verloren gehen, sodass z. B. Depressionen mit Intellekt und Tiefsinnigkeit in Zusammenhang gebracht werden, statt mit den realen Beschwerden und Problemen (Shresta, 2018; Steinberg, 2009). Damit besteht die Gefahr, dass psychische Erkrankungen mit Trauerphasen oder temporären Stimmungen, die nicht pathologisch sind, gleichgestellt werden. So kann ein einzelnes Symptom, z. B. Stress oder Traurigkeit, mit der Krankheit gleichgestellt werden. Dies führt zu einer Verharmlosung der Situation von Erkrankten, die von mehr als nur dem

einzelnen Symptom betroffen sind (Rüsch et al., 2021). Auch können so Vorurteile gegenüber Erkrankten, wie zum Beispiel Willensschwäche oder eine falsche Lebensführung als Ursache der Krankheit, verstärkt werden. Diese Vorurteile geben den Erkrankten selbst eine Mitschuld und fördern die öffentliche Stigmatisierung (Baer, Sikorski, Luppá, Riedel-Heller & Schomerus, 2016).

Aus den entstigmatisierenden und stigmatisierenden theoretischen Potentialen des Sick Styles ergibt sich folgende zweite Forschungsfrage:

FF2: Welches tatsächliche Potential bieten die verschiedenen Stile von Sick Style-Beiträgen für die (Ent-)Stigmatisierung von psychischen Krankheiten?

Da in dieser qualitativen Studie die Möglichkeit zur Entstigmatisierung von Sick Style untersucht wird und nicht die tatsächliche (ent-)stigmatisierende Wirkung, wird hier von (ent-)stigmatisierendem Potential gesprochen. Das (ent-)stigmatisierende Potential beschreibt also in diesem Fall die Chance der (ent-)stigmatisierenden Wirkung der Sick Style-Beiträge. Dabei wird unterschieden zwischen theoretischem (Ent-)stigmatisierungspotential basierend auf den theoretischen Analysen dieser Arbeit sowie dem tatsächlichen (Ent-)stigmatisierungspotential basierend auf der durchgeführten Studie.

4 Methode

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurden 18 leitfadengestützte fokussierte Interviews mit sieben männlichen und elf weiblichen Instagram-Nutzenden im Alter von 19 bis 33 Jahren geführt. Die Proband:innen wurden über das Netzwerk der Studienleitenden rekrutiert. Voraussetzungen zur Auswahl der Teilnehmenden waren die regelmäßige Nutzung der Plattform Instagram, psychische Gesundheit zum Zeitpunkt der Befragung und ein Mindestalter von 18 Jahren. Auf die sensible Thematik psychischer Erkrankungen wurde bei der Rekrutierung explizit hingewiesen sowie auf weitere Informations- und Hilfsangebote nach dem Interview verwiesen. Zusammenfassend handelt es sich bei dem Sample, dem Rekrutierungsverfahren geschuldet, um eine sehr homogene Zusammensetzung mit vorwiegend jungen Personen mit hohem Bildungsniveau.

Um die individuelle Aneignung zu erheben, wurden vier Sick Style-Beiträge der Plattform Instagram als Stimuli ausgewählt, die nach den Charakteristika von

Mair et. al. (2019) dem Sick Style zuzuordnen sind und die visuelle sowie inhaltliche Bandbreite des Sick Styles abbilden. Gefiltert wurden die Beiträge über die Hashtag-Suche auf Instagram mit themenspezifischen Begriffen wie z. B. #depression, #ritzen, #suizid, #narben oder auch #mentalhealthproblems, da der Sick Style am häufigsten von Personen mit Depressionen, selbstverletzendem Verhalten und suizidalen Gedanken genutzt wird (Mair et. al., 2019). Zum Schutz der Verfasser:innen sind die Stimuli in dieser Veröffentlichung nicht abgebildet, können aber von der Erstautorin zur Verfügung gestellt werden.

Stimulus A zeigt in schwarz-weiß eine Zigarette, Tabletten, Klingen und Blut. Er bedient durch seine dunkle Optik und vermittelte Traurigkeit den visuellen Stil Sadical. In der Bildunterschrift berichtet der/die Produzierende unreflektiert über seine/ihre Verzweiflung, Gefühle und Gedanken, fordert die Lesenden zu einer unmittelbaren Interaktion auf und verwendet eine Großzahl an Hashtags (z. B. #hatemyselb #sterben #broken #hatemylife #selbstverletzung). Durch diese sehr direkte und explizite Darstellung lässt sich dieser Post dem Sick Style Viewpoint Abyss zuordnen.

Stimulus B bildet das Kommunikationsmuster Funny Breaks ab. Hier wird ironisch und mittels Bildbearbeitung Leid ästhetisiert. Das Bild zeigt eine Frau mit einer Kaugummiblase. Sie hat ein Banner vor den Augen auf dem „my life is falling apart“ und „death death death“ geschrieben steht. Auf ihrem Kopf steht „kill me“. Die visuelle Aufbereitung des Bildes erfolgt mit sehr auffälligen Farben, sowie eingefügten Spinnen und kann somit der Xan-Culture zugeschrieben werden. Die Bildunterschrift besteht demgegenüber lediglich aus den Worten „broken corpse“.

Stimulus C zeigt einen Unterarm, bei dem Narben von selbstverletzendem Verhalten mit Glitzer bearbeitet wurden. In der Bildunterschrift erzählt die Betroffene Person zum einen von dem eigenen Heilungsweg, weshalb der Post dem Kommunikationsmuster Recovery Journey zuzuordnen ist. Zum anderen berichtet sie über eine vorherige Sperrung des Beitrages, zeigt also auch Venting, d. h. ein ungefiltertes Herauslassen der negativen Gefühle über den Umgang mit ihren Beiträgen. Auch diese Person nutzt in ihrem Post eine im Vergleich zu den anderen Stimuli große Anzahl von Hashtags wie beispielsweise #Narben oder #mentalhealthproblems. Die Person bekräftigt die Lesenden den eigenen Körper zu akzeptieren und schafft somit eine positive Gesamtstimmung. Das Bild ist vorwiegend in Pastelltönen und Gold gestaltet,

weshalb es dem visuellen Stil des Softcores zugeschrieben werden kann.

Stimulus D zeigt eine weiblich gelesene Person in Nachthemd, welche apathisch in dem Flur einer psychotherapeutischen Klinik steht. In der Bildunterschrift thematisiert sie Vorurteile, das tatsächliche Leben in der Klinik und die Therapie. Der Post lässt sich einerseits durch eine neutrale Informationsvermittlung in der Beschreibung dem Sick Style FYI – seriöse Informationen zuordnen. Da die Autorin sich durch diesen Post auch öffentlich mitteilt und sich zu ihrer Erkrankung bekennt, kann der Post ebenfalls in das Kommunikationsmuster Confessions eingeordnet werden. Das Bild ist in grau und beige gehalten, wodurch der Beitrag am ehesten der visuellen Darstellungsform Softcore zugeschrieben werden kann.

Die Interviews wurden zwischen Juli und November 2020 bei den Teilnehmenden Zuhause bzw. in einem ruhigen, persönlichen Umfeld durchgeführt. Aufgrund der COVID-19 Pandemie mussten einige Interviews online über den Videoservice Zoom stattfinden. Die Interviews dauerten zwischen 42 und 76 Minuten, wurden akustisch aufgezeichnet und nach Fuß und Karbach (2019) transkribiert. Die Datenauswertung erfolgte in Anlehnung an die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring (2022). Anschließend folgte eine polythetische Typenbildung mit Beschreibung der einzelnen Typen als Konstruktion eines Modellfalls nach Kuckartz (2016).

Um das Entstigmatisierungspotential der Sick Style-Posts zu analysieren, wurden die einzelnen Interviews im Hinblick darauf untersucht, inwiefern die Proband:innen Aufklärung, Protest und die Möglichkeit des Kontakts bzw. der Interaktion empfunden haben. Zusätzlich wurden stigmatisierende Aussagen identifiziert. Diese Ergebnisse wurden dann entsprechend nach Aneignungstyp sowie nach Stimulus und Sick Style-Charakteristika aggregiert und analysiert.

5 Ergebnisse

Es kann zwischen vier Aneignungstypen unterschieden werden. Diese Typen beziehen sich zunächst auf die Wahrnehmung von Sick Style im Allgemeinen, also der inszenierten und ästhetisierten Darstellung psychischer Krankheiten auf Instagram insgesamt.

Die *Befürworter:innen* bewerten Sick Style grundsätzlich positiv und halten die Inhalte und zugeschriebenen Absichten der Posts für unterstützenswert, auch wenn sie einzelnen Aspekten

des Sick Styles kritisch gegenüberstehen. Sie befürworten sowohl den öffentlichen Diskurs über psychische Erkrankungen auf Instagram, als auch die Darstellung im Sinne des Sick Styles. Die Aneignung ist insgesamt emotional. Die Personen dieser Gruppe haben indirekte (durch persönlichen Kontakt mit Betroffenen) oder direkte (eigene Betroffenheit) Erfahrungen mit psychischen Erkrankungen, weisen ein gutes Vorwissen auf und äußern sich nicht stigmatisierend. Bei diesem Typ hat Sick Style das größte Entstigmatisierungspotential für die drei Methoden Kontakt, Aufklärung und Protest.

“[D]er Text ist sehr sehr freundlich finde ich, aufklärend, sehr schön geschrieben. Da hat sich auf jeden Fall jemand sehr viel Mühe gemacht, was ich sehr gut finde, vor allem bei dem Thema, weil das ja auch immer so eine Sache ist, die nicht so viele erreicht und wo viele Vorurteile herrschen und ähm das ist auf jeden Fall positiv durch und durch weg. Und zeigt, dass solche Sachen normal sind und das man darüber reden kann.”

Gegner:innen schätzen Sick Style aufgrund der Ästhetisierung grundsätzlich als gefährlich und unpassend für Instagram ein, befürworten aber eine sachliche Auseinandersetzung mit psychischen Erkrankungen auf Instagram. Sie betonen vor allem mögliche Gefahren des Sick Styles. Personen dieses Aneignungstyps äußern sich nicht stigmatisierend und haben eine differenzierte Einstellung gegenüber Instagram als Plattform. Sick Style hat für diesen Typen Entstigmatisierungspotential, wenn es sich um aufklärende Inhalte mit einer positiven Gesamtstimmung handelt.

„[...] deswegen glaube ich, dass die Person das wahrscheinlich nicht in einer richtig bösen Absicht macht oder so und vielleicht einfach Aufmerksamkeit braucht und das so ein kleiner Hilferuf ist oder ähnliches. Aber es gehört eigentlich nicht hier hin oder beziehungsweise kann halt echt gefährlich werden, wenn die falschen Leute das finden und das dann so weiter geht.“

Im Gegensatz zu den Befürworter:innen und Gegner:innen, zeigen sich die *Distanzierten* weniger reflektiert in ihrer Ausdrucksweise und Haltung zu psychischen Erkrankungen. Sie zeigen ein allgemeines Desinteresse am Thema. Diese Abgrenzung äußert sich in einer emotionsreduzierten Betrachtung und dem häufigen Betonen, nicht von der Thematik betroffen zu sein. Dieser Typ fällt durch wenig Vorwissen und stigmatisierende Aussagen auf. Sick Style zeigt hier kein Entstigmatisierungspotential und kann sogar zu

weiterer Stigmatisierung führen, indem den Postenden negative Intentionen unterstellt werden und das psychische Leid als harmlos wahrgenommen wird.

„Ja geht. (lacht) Also natürlich haben die schon recht, dass man sich lieben soll mit all seinen Narben und so, (...) ja, aber es nimmt mich jetzt auch nicht wahnsinnig mit ehrlich gesagt. Also ist mir relativ wurscht.“

Die *Überforderten* sind sowohl von der Bewertung der Posts als auch beim Zuschreiben einer Intention überfordert. Sie beziehen keine klare Stellung und zweifeln an ihrer eigenen Bewertung oder versuchen diese durch Hervorheben ihrer eigenen Subjektivität zu relativieren. Die Hinwendung zu und Interaktion mit den Posts beschränkt sich auf das Lesen der Bildunterschrift oder das Ansehen des Profils, um das Gelesene besser einordnen zu können. Dieser Aneignungstyp hat keine direkten, aber teilweise indirekte Erfahrungen mit psychischen Erkrankungen und äußert sich nicht stigmatisierend. Sick Style zeigt hier teilweise Entstigmatisierungspotential, besonders wenn es sich um eindeutige Aussagen mit aufklärendem Charakter handelt.

„Ähm ja puh (lacht). Ähm ich würde sagen (...) sie hat es gepostet, sie hat sich irgendetwas dabei gedacht. Ähm es spricht sicher die Leute an, die ihr folgen oder viele davon (...) ähm und (...) äh (...) ja. Ich habe nicht wirklich etwas zu diesem noch zu sagen, weil ich nicht weiß, was sie damit ausdrücken will.“

	Stimulus A Viewpoint Abyss; Radical	Stimulus B Funny Breaks; Xan- Culture	Stimulus C Recovery Journey, Venting; Softcore	Stimulus D FTI, Confessions; Softcore	Entstigmatisierendes Potential nach Typen
Befürworter:innen	Kontakt (latent)	-	Aufklärung Protest (latent)	Aufklärung Protest Kontakt	Entstigmatisierend
Gegner:innen	-	-	Kontakt (latent)	Aufklärung	Teilweise entstigmatisierend
Distanzierte	-	Stigmatisierendes Potential	-	Aufklärung (latent)	Teilweise entstigmatisierend
Überforderte	-	-	Aufklärung Protest (latent)	Aufklärung Protest Kontakt	Teilweise entstigmatisierend
Entstigmatisierendes Potential nach Stimuli	Nicht entstigmatisierend	Teilweise entstigmatisierend	Teilweise entstigmatisierend	Entstigmatisierend	

Tabelle 1. Zusammenfassung der Ergebnisse nach Stimuli und Typen.

6 Diskussion und Implikationen

Die Ergebnisse zeigen sowohl für verschiedene Aneignungstypen von Sick Style insgesamt als auch für verschiedene Formen des Sick Styles Potential für Entstigmatisierung, teilweise aber auch ein Risiko für Stigmatisierung:

FYI-Posts zeigen aufgrund ihres hohen Grades an Aufklärung großes Entstigmatisierungspotential. Auch das Kommunikationsmuster Confessions trägt durch Authentizität und eine stark persönliche Darstellung, die durch eine reflektierte, introspektive Erzählweise geprägt ist, zum entstigmatisierenden Potential dieser Posts bei. Darüber hinaus sind Confessions grundsätzlich auf Austausch angelegt und fördern dadurch die Möglichkeit des Kontakts. Die Kombination dieser beiden Kommunikationsmuster bietet das größte Entstigmatisierungspotential. Dabei ist dieses Potential beim Typ der Befürworter:innen am höchsten, aber auch bei den Typen der Gegner:innen und Überforderten vorhanden.

Die persönliche positive Perspektive von Recovery Journey in Verbindung mit dem emotionalen Venting können auf einige Personen entstigmatisierend wirken. Beides zeigt Entstigmatisierungspotential auf den Ebenen Aufklärung und Protest – vor allem bei den Befürworter:innen und Überforderten. Dementsprechend können die Kommunikationsmuster Recovery Journey, Venting, FYI und Confessions über soziale Medien hinaus eingesetzt werden und eignen sich besonders für Aufklärungskampagnen und Bildungsarbeit.

Sick Style, der nur persönliches Leid thematisiert und keine aufklärenden Elemente enthält, trägt eher nicht zur Entstigmatisierung bei und birgt vor allem bei den Distanzierten das Risiko, Stigmatisierung zu fördern. Humoristische Verarbeitung zeigt in dieser Studie ebenfalls kein Potential für Entstigmatisierung und kann zu weiterer Stigmatisierung führen, sofern dieser nicht als Protest gedeutet wird. Die inhaltlichen Kategorien des Sick Styles Viewpoint Abyss und Funny Breaks scheinen also vor dem Hintergrund psychischer Erkrankungen nicht normalisierend auf Instagram-Nutzer:innen zu wirken. Anhand der ausgewählten Posts werden Aufklärung, Protest und Kontakt weder bei Viewpoint Abyss noch bei Funny Breaks wahrgenommen.

Die wahrgenommene Ästhetik der Sick Style-Beiträge spielt eine geringe Rolle für das entstigmatisierende Potential. Unter den visuellen Stilen zeigt Softcore das höchste Entstigmatisierungspotential. Die Stile Sadical und Xan-Culture hemmen das entstigmatisierende Potential von Sick Style, da die Ästhetik die Rezipierenden abschreckt und negative Emotionen auslöst. Allgemein zeigt sich im Rahmen dieser Studie die visuelle Ebene jedoch weniger relevant für die Entstigmatisierung als die inhaltliche Ebene.

Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass einerseits die Stichprobe eher hochgebildet ist, und andererseits mit vier Posts, die zwar ausgewählt wurden, um die visuelle sowie inhaltliche Bandbreite des Sick Styles abzubilden, der Sick Style nicht in seiner Breite betrachtet wurde.

In dieser Studie wurden (ent-)stigmatisierende Potentiale identifiziert. Über die tatsächliche entstigmatisierende Wirkung bei den Rezipierenden können keine Aussagen getroffen werden. Anschließende Studien sollten untersuchen, ob Sick Style-Beiträge bzw. die verschiedenen Stile bei den Rezipierenden eine entstigmatisierende Wirkung auslösen oder verstärkt Stigmata produzieren. Dabei kann es sinnvoll sein zwischen Darstellungen verschiedener psychischer Krankheiten zu unterscheiden.

Zudem zeigte sich die visuelle Ebene in den Interviews als weniger relevant für die Aneignung als die inhaltliche. Möglicherweise hat hier die Form des Interviews zu einem stärkeren Fokus auf die Textebene geführt. Zukünftige Studien sollten diese Aspekte adressieren, um das Potential von Sick Style für Entstigmatisierung – z. B. in Kampagnen – zu nutzen und Risiken der Stigmatisierung – z. B. über Nutzer:innenregeln oder Hinweise auf Posts – zu minimieren. Hierfür bietet unsere Studie eine vielversprechende erste Grundlage.

Literatur

Andalibi, N., Ozturk, P., & Forte, A. (2017). Sensitive Self-disclosures, Responses, and Social Support on Instagram: The Case of #Depression. *Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing*, 1485–1500. <https://doi.org/10.1145/2998181.2998243>

Aydin, N., & Fritsch, K. (2015). Stigma und Stigmatisierung von psychischen Krankheiten. *Psychotherapeut*, 66(3), 245–257. <https://doi.org/10.1007/s00278-015-0024-9>

Baer, N., Sikorski, C., Lupp, M., Riedel-Heller, S., & Schomerus, G. (2015). Das Stigma Depression – eine Interaktion zwischen öffentlichem Diskurs und Erfahrungsberichten Betroffener. *Psychiatrische Praxis*, 43(03), e1–e8. <https://doi.org/10.1055/s-0034-1387440>

- Charlton, M. (1997). Rezeptionsforschung als Aufgabe einer interdisziplinären Medienwissenschaft. In: Charlton, M. & Schneider S. (Hrsg.). *Rezeptionsforschung*. Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 16-39.
- Corrigan, P. W. (2018). *The stigma effect: Unintended consequences of mental health campaigns*. Columbia University Press.
- Corrigan, P. W., & O’Shaughnessy, J. R. (2007). Changing mental illness stigma as it exists in the real world. *Australian Psychologist*, 42(2), 90–97. <https://doi.org/10.1080/00050060701280573>.
- Fuß, S. & Karbach, U. (2019). *Grundlagen der Transkription. Eine praktische Einführung*. Opladen & Toronto: Barbara Budrich GmbH.
- Hepp, A. (2005). Kommunikative Aneignung. In: Mikos, L. & Wegener, C. (Hrsg.). *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK, S. 67-79.
- Jadayel, R., Medlej, K., & Jadayel, J. (2017). Mental Disorders: A Glamorous Attraction on Social Media? *Journal of Teaching and Education*, 7(1), 465–476.
- Klin, A., & Lemish, D. (2008). Mental Disorders Stigma in the Media: Review of Studies on Production, Content, and Influences. *Journal of Health Communication*, 13(5), 434–449. <https://doi.org/10.1080/10810730802198813>.
- Kuckartz, U. (2016). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (3. überarbeitete Auflage). Weinheim, Basel: Beltz Juventa.
- Ma, Z. (2017). How the media cover mental illnesses: A review. *Health Education*, 117(1), 90–109. <https://doi.org/10.1108/HE-01-2016-0004>
- Mair, J., Müller, F., & Schmocker, A. (2019). *Heavy Mental. Sick Style – Exploring a New World of Sadness. Trend Research zur veränderten Ästhetik und Repräsentation von psychischem Leid bei Jugendlichen im Kontext digitaler Transformation*. https://issuu.com/trendsandidentity/docs/heavy_mental
- Mayring, P. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse Grundlagen und Techniken*. Beltz Verlagsgruppe.
- Naslund, J. A., Aschbrenner, K. A., Marsch, L. A., & Bartels, S. J. (2016). The future of mental health care: Peer-to-peer support and social media. *Epidemiology and Psychiatric Sciences*, 25(2), 113–122. <https://doi.org/10.1017/S2045796015001067>
- Rüsch, N., Heland-Graef, M., & Berg-Peer, J. (2021). *Das Stigma psychischer Erkrankung: Strategien gegen Ausgrenzung und Diskriminierung: wissenschaftsbasiertes Sachbuch* (1. Auflage). Elsevier.
- Schmocker, A. (2021). *Sick Style – Willkommen in der virtuellen Welt des Leidens*. <https://www.sturmunddrang.de/magazin/sick-style-willkommen-in-der-virtuellen-welt-des-leidens.html>
- Shresta, A. (2018). Echo: The Romanticization of Mental Illness on Tumblr. *The Undergraduate Research Journal of Psychology at UCLA*, 5, 69-80.
- Steinberg, R. (2009). Genie und Wahnsinn – Kritische Anmerkungen zu einem romantischen Konstrukt der Kreativität. In E. Altenmüller, S. Rode-Breyman, & A. Langenbruch (Hrsg.), *Krankheiten großer Musiker und Musikerinnen: Reflexionen am Schnittpunkt von Musikwissenschaft und Medizin* (2. Aufl). Hannover: Olms, S. 41–60.