

Marie-Luis Merten

Multimodale Entwürfe weiblicher Körper auf Instagram – Kulturlinguistische Perspektiven auf digitale Praktiken der Individualisierung und Vergemeinschaftung

1 Einführung und Forschungsanliegen

Die digitale Kommunikation über Körper zu erforschen, ist in mehrfacher Weise medien-, sozio- sowie kulturlinguistisch aufschlussreich: ganz grundlegend mit Blick auf das dynamische Verhältnis von Sprache, Bild, Gesellschaft und Technologie im digitalen Zeitalter, aber auch deutlich konkreter in Hinsicht auf (sprachliche) Praktiken der Sinnstiftung und -zuschreibung, der Individualisierung und Vergemeinschaftung im gesellschaftlich umkämpften Spannungsfeld von Ästhetik, Wohlbefinden und (physischer sowie psychischer) Gesundheit. Der vorliegende Beitrag widmet sich digitalen Praktiken der Inszenierung weiblicher Körper, wobei es sich zugleich um eine *embodied practice* handelt: Es wird nicht nur über den Körper kommuniziert, sondern Körper (insbesondere Bilder des Körpers samt entsprechenden Bildunterschriften) avancieren zum wesentlichen Hervorbringungsmittel. Im Mittelpunkt des Beitrags steht der Körperdiskurs auf Instagram, einer bildzentrierten Social-Media-Plattform mit über einer Milliarde monatlich aktiven Nutzer:innen weltweit Stand 2021.¹ In den Blick genommen wird hierbei die deutschsprachige Körperakzeptanzbewegung, die unter Nutzung von Hashtags wie #bodylove, #body-acceptance, #körperliebe und #normalizenormalbodies körperwertschätzende Beiträge mit interessierten Nutzer:innen teilt. Diese Hashtags dienen sowohl der leichteren Auffindbarkeit als auch grundsätzlich der (communitybildenden) Zuordnung zu dem entsprechenden Movement (vgl. Caple 2020: 154). In diesen Instagram-Posts wird wiederkehrend der Aufruf zu einem Mehr an Körperakzeptanz wie auch zu einer stärkeren medialen Repräsentation der Diversität von Körpern laut. Ein leitendes (theoretisches) Interesse des Beitrags besteht mithin darin, diese Techniken des kommunikativen Zurückweisens und der multimodalen (Neu-)Konstruktion von körperlichen Normen aufzudecken und die entsprechenden Kommunikationsprozesse

¹ Vgl. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/795086/umfrage/anzahl-der-nutzer-von-instagram-weltweit/> (letzter Zugriff 26.05.2025).

aus einer kulturlinguistischen Sichtweise zu reflektieren. Bei der fokussierten Praxis handelt es sich vordergründig um eine Genderpraxis, d. h., dass sich Frauen und solche Akteurinnen, die als Frauen gelesen werden möchten, Gehör verschaffen und miteinander austauschen. Dass in diesem Kontext wiederkehrend – kulturalanalytisch höchst instruktive – Praktiken der Emanzipation (von diskriminierenden Vorstellungen) und der Individualisierung auf der einen Seite sowie solche der Solidarisierung und der Vergemeinschaftung auf der anderen Seite vollzogen werden, liegt auf der Hand.

Unter den für Instagram konstitutiven Bedingungen von multimodal verfassten Beiträgen und einer Kommunikation unter – offline betrachtet – weitgehend Unbekannten sind insbesondere drei Forschungsfragen für die nachfolgende Auseinandersetzung leitend: (1) Welche (multimodalen) Muster des Entwerfens weiblicher Körper lassen sich für die fokussierte Instagram-Praxis identifizieren? (2) Wie lassen sich diese kommunikativen Muster kulturalanalytisch – etwa als Praktiken der Individualisierung, der Vergemeinschaftung, der Grenzziehung – interpretieren? (3) Welche neuen theoretischen Antworten ergeben sich daraus auf die Frage, wie körperliche Normen kommunikativ konstruiert werden? Der nachfolgende Abschnitt 2 widmet sich zunächst dem zugrundegelegten kulturlinguistischen Begriffsinventar. Sowohl konstruktivistische als auch praktikenbezogene Überlegungen stehen hierbei im Vordergrund. Abschnitt 3 skizziert wesentliche Gesichtspunkte des (nicht nur linguistisch ausgerichteten) Forschungsstands zur (digitalen) Körperkommunikation und beleuchtet wesentliche Analysedimensionen an einem Instagram-Beispiel. Einen kurzen Überblick über das untersuchte Korpus und die gewählte Herangehensweise gibt Abschnitt 4. Empirische Einsichten zu multimodalen Mustern werden in dem umfangreicheren Abschnitt 5 präsentiert und anschließend in Abschnitt 6 diskutiert sowie zusammengefasst.

2 Kommunikative Praktiken als kulturlinguistische Bestimmungsstücke

Eine wesentliche Prämisse kulturlinguistischer Theorieentwürfe und Untersuchungen besteht in einem grundsätzlich konstruktivistischen Verständnis von Kommunikation (vgl. Gardt 2018; aus kulturalanalytischer Sicht auch Schröter 2022: 48; sowie Bubenhofer, Knuchel & Schüller 2022a: 6): Im Zuge kommunikativer Handlungen bringen wir Wirklichkeit(en) hervor (vgl. Berger & Luckmann 1980), nehmen soziale Positionen ein bzw. schreiben diese zu (vgl. Lucius-Hoene & Deppermann 2004) und handeln geteilte Werte und Wissensbestände aus (vgl. Jaffe 2009; Carr 2010). Zum Einsatz kommen hierbei häufig sprachliche Routinen und

Verfestigungen verschiedener Komplexität und Verbindlichkeit (vgl. Ayaß 2011: 278). Kultur schreibt sich in diese soziopragmatisch geprägten, historisch veränderlichen und durch den wiederholten Gebrauch habitualisierten Muster gewissermaßen ein (vgl. Bubenhofer, Knuchel & Schüller 2022a: 9). Ob lexikalischer, (lexiko-)grammatischer oder multimodaler Art, Muster – also Rekurrentes und mithin Bewährtes im (Sprach-)Gebrauch – sind bedeutsamer Ausdruck wie auch wesentliches Hervorbringungsmittel von Kultur im Allgemeinen und Kollektiva im Speziellen. Es verwundert daher kaum, dass kulturlinguistische Auseinandersetzungen, die sich typischerweise dem interdependenten Verhältnis von Sprache, Gesellschaft und Kultur verpflichten, wiederkehrend die „Analyse von Musterhaftigkeit und Typizität“ authentischer Kommunikation in das Zentrum ihrer Beschäftigung rücken (Bubenhofer, Knuchel & Schüller 2022a: 8; zu einer Übersicht über kulturlinguistische Bemühungen vgl. u. a. Busse 2016; Schröter, Tienken & Ilg 2019).

Bevor ich darlege, warum es lohnenswert scheint, dass sich eine an kommunikativen Mustern interessierte Kulturlinguistik (auch in Hinsicht auf ihre theoretische Fundierung) sozialen Praktiken widmet, soll zunächst – deutlich grundlegender – der Kulturbegriff, an den dieser Beitrag anschließt, skizziert werden. Wird Kultur kommunikativ hervorgebracht, so geschieht diese sinnhafte Strukturierung von sozialer Lebenswelt stets unter Nutzung der zeichenhaften Mittel und vor der Folie der soziokulturellen Ordnung(en) einer Gesellschaft bzw. eines Kollektivs mit unterschiedlicher Größenordnung, divergierenden Wertevorstellungen wie auch Organisationsformen usw. Hervorgehoben wird auf diese Weise nicht nur die semiotische Dimension von Kultur(hervorbringungen), sondern zugleich deren alltagsweltliche Orientierung (vgl. Linke 2018: 354), deren performative Natur (vgl. Bubenhofer, Knuchel & Schüller 2022a: 6) wie auch deren vergesellschaftendes Moment. Kultur wird mithin „von grösseren Gruppen getragen“ (Schröter 2022: 46–47). In den Mittelpunkt rücken Kollektiva von Akteur:innen, die ihre Zugehörigkeit u. a. durch den Gebrauch gemeinschaftlich geteilter und damit anerkannter sowie in kulturlinguistischer Hinsicht höchst instruktiver Kommunikationsformen zum Ausdruck bringen. Angesichts von Gesellschafts- wie auch Sprachwandel – ein Phänomenpaar, dessen Wechselwirkungen bereits vielfach erforscht wurden (vgl. u. a. Merten 2018; Schröter 2022) – ist Kultur kontingent und sind kulturelle Bedeutungsgewebe (vgl. Geertz 1973: 5) damit nicht für alle Gruppierungen von Akteur:innen (über längere Zeiträume hinweg) gleich (vgl. Günthner 2013: 350).

Insbesondere in solchen Kommunikationskontexten bzw. Diskurszusammenhängen, für die multimodale Beitragsformen konstitutiv sind (vgl. Linke 2012: Kap. 1), kommt neben Sprache der Materialität und Körperlichkeit von Kommunikation eine bedeutende Rolle zu (vgl. Deppermann, Feilke & Linke 2016: Kap. 2.1

sowie 2.2; zum menschlichen Körper als semiotischem Mittel auch Bourdieu 1987). Hierunter fällt nicht nur das breite Feld der Face-to-Face-Kommunikation wie auch der (analogen) Schriftkommunikation, sondern ebenso ein Großteil digitaler Kommunikation, wie sie sich etwa auf Instagram, aber auch YouTube, TikTok, Snapchat usw. beobachten lässt. Die Körperlichkeit² musterhafter und sozial bedeutsamer kommunikativer Handlungen wie auch deren soziomaterielle Verankerung in einer affordanten Umgebung bzw. Dingwelt (vgl. Reckwitz 2014: 18) wird im Rahmen praxeologischer Ansätze – größtenteils (kultur-)soziologischer Provenienz (vgl. u. a. Reckwitz 2008, 2014, 2016; Schäfer 2016) – relevant gesetzt. Gesellschaftlich etablierte (kommunikative) Praktiken wie das wissenschaftliche Referat, der Austausch von Klatsch unter Freund:innen oder das Sprechstundengespräch sind Orte des Soziokulturellen (vgl. Reckwitz 2016: 163); es handelt sich bei diesen Praktiken um inkorporierte Wissensordnungen. Ihnen kommt die Gestalt von „körperlich verankerten und von einem kollektiven impliziten Wissen getragenen Verhaltensroutinen“ (Reckwitz 2016: 163) zu.³ Linguistisch spannend sind insbesondere solche kommunikativen Praktiken, in denen auch (geschriebene und/oder gesprochene) Sprache bzw. sprachliche Muster – zusätzlich zu bestimmten typisierten Körperbewegungen, der Integration von Artefakten, der Formation im Raum usw. – eine entscheidende Funktion übernehmen. Was die untersuchte Körperkommunikation auf Instagram betrifft, so gestalten sich die in den Mittelpunkt der Untersuchung gerückten Instagram-Posts (siehe Abb. 1) als das digital-kommunikative Resultat einer Praktikenverknüpfung, die (mindestens) das Erstellen und Bearbeiten von Fotografien sowie das Verfassen von *Captions* als mehr oder weniger umfängliche Bildunterschriften samt der Aufnahme von Hash-tags integriert (zur praxeologischen Analyse digitaler Kultur vgl. Schäfer 2021).

Kommunikative Praktiken stellen in dieser um praxeologische Überlegungen erweiterten Perspektive die zentralen Bestimmungsstücke eines kulturlinguisti-

2 An dieser Stelle ein Hinweis zum Zusammenhang von Materialität und Körperlichkeit in der digitalen Kommunikation: Auch digitale Kommunikate werden unter der Beteiligung von Körpern hervorgebracht, mithin durch tippende Finger, durch (fotografierte) Körperposen, durch miteinander kommunizierende Oberkörper im Zoom-Call usw. Deutlich wird dabei die prominente Rolle technischer (Hilfs-)Materialien, die den (durchaus gerechtfertigten) Eindruck eines lediglich mittelbaren (also vermittelten) Charakters von Körperlichkeit aufkommen lassen.

3 Mithin nehmen Praxeologien die „Aktivitäten, Handlungen und gekonnten Auf- und Ausführungen der Teilnehmer*innen sozialer Praktiken“ (Schmidt 2017: 337) in den Blick. Handlungen werden dabei allerdings „nicht als individuelle intentionale Akte [verstanden], sondern als Bestandteile der übergreifenden Gepflogenheiten, Auf- und Ausführungsmuster und Sinnzusammenhänge sozialer Praktiken, die wiederum im Kontext von Kultur- und Lebensformen verortet werden“ (Schmidt 2017: 337).



Abb. 1: Multimodale Instagram-Posts der Körperakzeptanzbewegung samt Auswahl an Kommentaren (Post links: rebeccachelbea_280422; Post rechts: marenkissing_050420).

schen Programms dar (vgl. dazu u. a. Schröter 2016), das nicht blind für die Leiblichkeit, Medialität, Materialität, Temporalität und Räumlichkeit von Kommunikation sein möchte. Digital-kommunikative Praktiken sind unter kulturlinguistischen Gesichtspunkten erst in Ansätzen erforscht (vgl. u. a. Tienken 2013; Frick 2022; Bubenhofer, Knuchel & Schüller 2022b; stärker medienlinguistisch auch Beißwenger 2016 sowie Androutsopoulos 2016; vgl. aus kultursoziologischer Perspektive das Themenheft „Digitale Praktiken“ der *Zeitschrift des Hamburger Instituts für Sozialforschung* von Schäfer 2021). Ausgehend von der stetigen Weiterentwicklung technologischer Angebote verspricht das Feld digitaler Kommunikation aufschlussreiche Einsichten in den (raschen) Wandel von (multimodalen) Praktiken. Dabei gründet das Verhältnis von affordanten Technologie(umgebungen) auf der einen Seite und technologisch unterstützter Kommunikation auf der anderen Seite keineswegs auf einem deterministischen Verständnis:

Für ein besseres Verständnis der aktuellen gesellschaftlichen Veränderungen müssen zum einen die sich ständig wandelnden digitalen Technologien in ihren jeweiligen Eigenlogiken (Hardware, vernetzte Infrastrukturen, Software, Datenverarbeitung) begriffen werden. Zum anderen ist zu beachten, dass die Technologien ihre Bedeutung erst im Gebrauch und ihre gesellschaftliche Relevanz insbesondere durch ihre ubiquitäre Nutzung erhalten. (Schäfer 2021: 6)

Beobachtbar werden – u. a. in der untersuchten Instagram-Praxis – ineinandergreifende „Aneignungs- und Gestaltungsprozesse, aus denen konkrete Praxisformen mit digitalen Medien hervorgehen“ (Przyborski & Sluneko 2021: 179). Die kompetente Teilnahme an dieser Praxis (= der Vollzug digital-kommunikativer Praktiken) im Sinne einer *digital literacy* (vgl. Jones & Hafner 2021; grundlegend zu kompetenten Körpern Schmidt 2017: 340) sowie das Bestätigen geteilter Interessen und Ansichten im Zuge dieser Praxisformen (vgl. Zappavigna 2017) lassen sich als wesentliche Hinweise auf die Zugehörigkeit zu verschiedenen Online-

Communitys lesen (vgl. dazu Leuckert 2020: Kap. 7.2). Die untersuchten Instagram-Posts sind insofern kulturlinguistisch instruktiv, als sie Einblicke in die musterhaft-multimodale Konstruktion von (auch kommunikationsbezogenen) Wissensbeständen und Werteflechten der Körperakzeptanzbewegung als einer dieser Online-Communitys geben.

3 Körperkommunikation (digital): Forschungsperspektiven und Analysedimensionen

Im Folgenden werden zentrale und für den vorliegenden Beitrag bedeutsame theoretische Annahmen, grundlegende Perspektiven wie auch Analysedimensionen und -kategorien der rezenten Körperkommunikationsforschung dargelegt und am Beispiel der fokussierten Instagram-Praxis in ihrem kulturalanalytischen Potenzial besprochen. Grundsätzlich stellen Körper in einer dualistischen Sichtweise sowohl das (verfahrenslogisch nachgestellte) Produkt als auch den (kommunikativ synexistenten) Produzenten sozialer (Kommunikations-)Praktiken dar (vgl. Linke 2012: 188; Bucholtz & Hall 2016). Körper werden mithin kommunikativ hervorgebracht und lassen sich als kontingente Entitäten betrachten:

Körper sind nichts Statisches, im Gegenteil: Sie sind sowohl in ihrer biologischen als auch in ihrer sozialen und personalen Dimension Prozesse im Werden – was jedoch gerade nicht bedeutet, dass menschliche Körper lediglich eine leere Einschreibefläche oder rohe Verfügungsmasse sind. Wie das Geschlecht existiert auch der Körper für Menschen im Spannungsfeld zwischen ‚Haben‘ und ‚Sein‘, das die Gleichzeitigkeit von Verfügbarkeit und Unverfügbarkeit impliziert. Wir ‚haben‘ unseren Körper als etwas, das wir (in Grenzen) in Anspruch nehmen können und zugleich ‚hat‘ er uns: Er fungiert als Existential unseres Lebens, aus dem wir nicht hinaustreten können – wir ‚sind‘ unser Körper. (Duttweiler 2013: 25)

Duttweiler (2013: 25) spricht in diesem Ausschnitt die Unterscheidung von Leib (*man ist Leib*) und Körper (*man hat den Leib als Körper*) an (vgl. dazu Gugutzer 2002; Lindemann 2017). Körper sind „in reflexiver und instrumenteller ‚Abständigkeit‘ zu sich mit den Sinnen erfassbar“ (Duttweiler 2013: 25). Diese Erfassung des (eigenen wie auch fremden) Körpers ist von der „symbolische[n] Ordnung der Kultur“ geprägt; Selbst- und Fremdwahrnehmung sind in dieser Hinsicht „nur sehr bedingt individuell, vielmehr weitgehend kulturell codiert“ (Duttweiler 2013: 25). Der Leib hingegen kann als „die Struktur der Lebendigkeit, die Perspektive der nicht-sinnlichen Wahrnehmung sowie die unmittelbare Beziehung zum

Hier und Jetzt“ (Duttweiler 2013: 25) begriffen werden. Leibliche Erfahrungen in Raum und Zeit werden durch die soziokulturell überformte Wahrnehmung und Situationsinterpretation zu Körpererlebnissen. Naheliegenderweise variieren die „Arten und Weisen, in denen man den eigenen Körper [...] – als bloßes Ding oder Objekt, als Medium oder als Wissen über ihn – [hat]“ (Gugutzer 2002: 280), abhängig von Zeitraum und Kultur. Gesellschaftliche Körper(ideal)vorstellungen nehmen Einfluss darauf, wie der eigene sowie fremde Körper erlebt wie auch bewertet werden und wie wir ganz grundsätzlich über Körper kommunizieren. Die gesellschaftlich verbreitete und akzeptierte Sichtweise auf Körper ist in verfestigte (und dennoch veränderliche) Sprachgebrauchsmuster eingeschrieben. Diese Sichtweisen lassen sich als handlungsleitende Setzungen adäquater Verhaltensweisen und Erscheinungsformen von Individuen verstehen (vgl. Spitzmüller 2022: 93), mithin als (Körper-)Normen, denen zugleich der Status gesellschaftlicher Erwartungen zukommt. Der (massen-)medialen Darstellung von (u. a. schlanken) Körpern kann ein großer Einfluss auf solche gesellschaftlichen Vorstellungen und Erwartungshaltungen an Normkörper und -schönheit konstatiert werden (vgl. Schüttel 2020). Zudem werden Körper – etwa im Zuge entsprechender TV-Sendungen, YouTube-Videos usw. – als „radikal gestalt- und veränderbar“ (Duttweiler 2013: 20) inszeniert. Vermeintliche Körperoptimierungen (etwa infolge chirurgischer Eingriffe), eine ausgeprägte Fitness- und Diätkultur, mithin Disziplinierungsmaßnahmen des Körpers verschiedener Art fügen sich in einen „lookism“ ein (Diamond, Pflaster & Schmid 2017: 8), der sich u. a. in der Diskriminierung normabweichender Körper sowie im Ausschluss von Akteur:innen äußern kann (vgl. Micus-Loos & Plößer 2020: 149; Birk & Mirbek 2021: 144). Eine solche Form des mehr oder weniger ausgeprägten und folgenreichen Bodyshamings (vgl. Schlüter, Kraag & Schmidt 2021: 3) ist makrostrukturell betrachtet Ausdruck einer Valorisierungsgesellschaft (vgl. Reckwitz 2018), für die Akte der Positionierung und Evaluation konstitutiv sind (vgl. Zappavigna 2017).

(Kultur-)Linguistische Auseinandersetzungen zur Kommunikation über den Körper bzw. über Normen, die sich auf Körperlichkeit(en) beziehen, liegen bisher nur vereinzelt und lediglich zu Offline-Kommunikationskontexten vor. Dabei wird die kommunikative Konstruktion von Körpern (vgl. Wilk 2004; Linke 2009, 2016; Thome 2016; Lautenschläger 2018), insbesondere von weiblichen Körpern (Wilk 2002; Klug 2023) in den Mittelpunkt der Beschäftigung gestellt. Die eingehendere Erforschung und Theoretisierung von (multimodaler) Körperkommunikation in den sozialen Medien – auch unter Gesichtspunkten des Wandels von Körpernormen – stellt ein dringendes Desiderat dar (zu Ausnahmen vgl. Georgakopoulou 2016; Horst & Ladewig 2022). Aus sprachtheoretischer Sicht sind die bislang vorliegenden Studien zu körperlichen Normen vordergründig (sozial-)konstruktivistisch angelegt (vgl. u. a. Berger & Luckmann 1980). Eine zentrale Annahme, die diese Untersu-

chungen eint, besteht mithin darin, dass Körperwissen und Körperidentitäten kommunikativ hergestellt und ausgehandelt werden. In dieser konstruktivistischen Fundierung kommen der Emergenz und damit der grundsätzlichen Veränderbarkeit von sozial-kulturellen Ordnungen durch Kommunikation eine wesentliche Rolle zu; sie bilden ein Kernstück des entsprechenden Theoriegerüsts. Was allerdings – insbesondere im Kontext der angeführten diskurs- und korpuslinguistischen Studien in ihrem Fokus auf die sprachliche Dimension – zu kurz kommt, sind die grundlegende Berücksichtigung und eine daran geknüpfte theoretische Integration der Multimodalität von Kommunikation. In der vorliegenden Studie wird dieses theoretische (wie auch empirische) Desiderat insofern angegangen, als Instagram-Posts – als das im Mittelpunkt stehende Kommunikationsformat – in ihrer multimodalen Verfasstheit systematisch analysiert werden. In theoretischer Hinsicht trägt zudem die praktikenbezogene Fundierung (Abschnitt 2) der Multimodalität von Kommunikation Rechnung: Praktiken sind per se holistisch und in ihrer nicht nur im digitalen Zusammenhang häufig komplexen Verschränkung verschiedener Medialitäten (und Materialitäten) zu perspektivieren.

In der untersuchten Instagram-Praxis, die sich (in einer emischen Perspektive) als Körperakzeptanzbewegung begreift und Hashtags wie #bodylove, #body-acceptance, #bodypositivity und #normalizenormalbodies zur Verlinkung ihrer Beiträge nutzt, wird der eigene Leib – etwa in Hinsicht auf Gewicht, Körperform, Hautbild, Körperbehaarung usw. – als ein Körper entworfen, der mehr oder weniger stark von einer u. a. massenmedial kommunizierten Norm abweicht. Auf wertschätzende Art und Weise positionieren sich die Akteur:innen zu ihrem (als von der Normvorstellung divergierend konstruierten) Körper und heben wiederholt die Diskrepanz von vermeintlichen Idealen sowie Normalitätsvorstellungen auf der einen Seite und der mehrheitlichen Gestalt menschlicher (insbesondere weiblicher) Körper auf der anderen Seite hervor; gefordert wird wiederkehrend eine mediale Repräsentation der Diversität von Körpern. Zu beachten gilt hierbei: Die zum Thema gemachten gesellschaftlichen Normen sind genau genommen ein kommunikationsideologisches Konstrukt (zu Ideologien vgl. Spitzmüller 2022: 222), das zahlreiche Instagram-Akteur:innen zur selbstbestimmten Abgrenzung als ein entscheidendes sinnstiftendes Moment ihrer Posts relevantsetzen (vgl. dazu Abb. 2 sowie Captions 1 und 2). Mithin muss konstatiert werden: Auch wenn die Akteur:innen gegenläufige Absichten verfolgen, so bestätigen sie das der Norm entsprechende Aussehen auf gewisse Weise als bedeutsam.



Abb. 2: Collagenposts auf Instagram (links: jesswayoflife_191021; rechts: endlich_zufrieden_211020).

1. Ausschnitt der Caption zum linken Post in Abb. 2: [...] Ich sitze hier und grübel. Grübel darüber nach **wie es sein kann, dass ich so einen Druck von außen verspüre, der mir suggeriert, ich müsste inzwischen ganz anders aussehen.** Aussehen wie zu Zeiten, als ich noch kein Kind hatte. [...] (jesswayoflife_191021)
2. Ausschnitt der Caption zum rechten Post in Abb. 2: [...] Wisst ihr, das Gewicht sagt nichts darüber aus, ob jemand glücklich und zufrieden ist oder nicht. **Die Gesellschaft würde sicher sagen: links muss sie sich doch viel wohler gefühlt haben und sah auch viel besser aus.** Aber das ist Schwachsinn. Man muss nicht schlank sein um glücklich zu sein, auch wenn ich das jahrelang dachte ♡ [...] (endlich_zufrieden_211020)

Hervorgehoben sind in den Caption-Auszügen jene Textpassagen, in denen die Autorinnen, bei denen es sich zugleich um die auf den Collagen Abgebildeten handelt, über das Druck erzeugende Außen bzw. die (lange Zeit internalisierte) gesellschaftliche Idealvorstellung reflektieren. Dass sie diesen (von ihnen zugleich diskursiv konstruierten) Normen entgegentreten, hat sowohl identitätsstiftendes als auch gemeinschaftsbildendes Potenzial. Einerseits steht das Heraustreten aus dem gesellschaftlich verbreiteten Normdenken im Dienste der Individualisierung. Andererseits tragen der wiederkehrende Bruch mit vermeintlichen Normalitätsvorstellungen und das Aufzeigen sowie Wertschätzen des eigenen sich verändernden Körpers zur Herausbildung einer ‚neuen‘ geteilten sozialen Norm bei, die die Körperakzeptanzbewegung eint. Demnach sind sowohl soziale Identitäten als auch damit einhergehend die Markierung von Zugehörigkeit zu einem Kollektiv, das sich über gemeinsame Werte definiert (vgl. Kroskrity 2001: 106), kommunikative Hervorbringungen. Dabei begegnen uns in der untersuchten Instagram-Praxis nicht (nur) sprachliche, sondern insbesondere multimodale Praktiken der Individualisierung und Vergemeinschaftung. Im empirischen Abschnitt 5 werden die (miteinander verschränkten) Analysedimensionen von Norm und Individuum zum einen sowie Identität und Vergemeinschaftung zum anderen unter Berücksichtigung der technologischen Angebotsstruktur und des Zusammenwirkens verschiedener semiotischer Ressourcen in Augenschein genommen; diesen Analyse-

dimensionen kommt sowohl im Zuge von Grenzziehungspraktiken (Abschnitt 5.2.) als auch im Kontext der Konstruktion eines (individuellen) Einstellungswandels (Abschnitt 5.3.) eine tragende Rolle zu. Neben kontextualisierenden Sprachbestandteilen des Instagram-Posts (zur Kontextualisierung grundsätzlich Gumperz 1982) fungiert auch „each visual snippet [...] as an index of who the sender is socio-culturally and media-aesthetically“ (Stöckl 2020: 190). Denn entsprechend der Relevantsetzung von Bildern, die als Artefakte einer *social photography* (vgl. Zhao & Zappavigna 2018; Plewa 2021) u. a. zur Aushandlung eines intersubjektiven Verständnisses – etwa von Körpern als sozial-diskursiven Konstrukten – zum Einsatz kommen, stellt Instagram streng genommen ein Medium dar, das auf Grundlage von „image-nuclear messages“ (Stöckl 2020: 194) strukturiert ist. Das Interesse dieses Beitrags liegt mithin auf dem praktikenspezifischen Zusammenwirken von (überwiegend sprachlichen) Captions und Bild-Körpern (vgl. Bohnsack 2022: 604) als fotografisch hervorgebrachten und durch ein bestimmtes Layout mitkonstruierten Körpern (vgl. Schär 2021: 207). Im Kontext des Körperakzeptanzkollektivs teilen die untersuchten Akteur:innen auf diese Weise Selbstentwürfe mit den jeweiligen Follower:innen.

4 Daten und Herangehensweise

Das untersuchte Gesamtkorpus setzt sich aus 400 größtenteils deutschsprachigen, zum Teil mehrsprachigen und in einzelnen Fällen englischsprachigen Instagram-Posts aus den Jahren 2020 bis 2022 zusammen. Bei diesen Posts handelt es sich um i. w. S. körperreflexive Userbeiträge des deutschsprachigen Raumes, die ihr Verständnis von sowie ihre Positionierung zu Körper(bilder)n multimodal entwerfen. Als Auswahlkriterium diente im Zuge der manuellen Korpuskompilierung die Verwendung eines Hashtags in der Caption, der den bzw. der körperwertschätzenden Bewegung(en) zugeordnet werden kann, also etwa #bodylove, #bodyacceptance, #normalizenormalbodies, #körperliebe wie auch #selflove.⁴ In das mittels Metadaten strukturierte multimodale Korpus wurden Screenshots der Gesamtposts aufgenommen. Integriert sind mithin das/die Bild(er)reihe, die Caption sowie Metadaten wie der Zeitstempel, die Geolokalisierung, die verwendeten Hashtags und die Like-Anzahl. Die in Form ihrer Posts berücksichtigten 56 Accounts sind allesamt (app-) öffentlich eingestellt. Die Postenden sind vielfach darum bemüht, einen großen Re-

⁴ So wurden Accounts identifiziert, die sich mehrheitlich diesem Themenkomplex widmen. Weitere körperreflexive Posts dieser Accounts wurden – auch bei Fehlen eines entsprechenden Hashtags – in das Korpus integriert.

zipientenkreis zu adressieren und mit ihren körperbezogenen Anliegen (internetöffentlich) sichtbar zu werden. Zudem ist auf Basis der Captions ein geschriebene Sprache und (wenige) Emojis enthaltendes Subkorpus erstellt worden. Dieses Caption-Subkorpus, das im txt-Format vorliegt, umfasst 53.905 Tokens (Wörter und Wortäquivalente wie Emojis). Die durchschnittliche Caption umfasst 135 Tokens, die längste im Korpus belegte Caption setzt sich aus 373 Tokens zusammen, die kürzeste aus 12 Tokens.

Die Analyse des zusammengestellten Korpus folgte einem *Mixed-methods*-Ansatz. Es sind automatisierte und manuelle sowie quantitativ- und qualitativ-orientierte Untersuchungsschritte miteinander kombiniert worden. Neben einer Annotation des Gesamtkorpus mittels MAXQDA, die sowohl formale als auch funktionale Charakteristika berücksichtigte und sich in übergeordneter Hinsicht auf das (mehrdimensionale) Phänomen der multimodalen Bedeutungsentfaltung konzentrierte (siehe zu den Annotationskategorien ausführlicher Tab. 1), erfolgte parallel eine ebenfalls zum Teil toolunterstützte Analyse des Caption-Subkorpus. Genutzt wurde hierzu die Konkordanzsoftware AntConc.

Tab. 1: Ebenen und Ober- wie auch (getaggte) Unterkategorien der Annotation des multimodalen Korpus.⁵

Ebene 1: Bild(er)	Ebene 2: Caption & Hashtags	Ebene 3: Multimodale Verknüpfung
1A Formaler Typ (Bereich Layout) [Einfaches Bild, Collage, Karussellpost]	2A (Sprachlich) konstruierte(s) Bewertungsobjekt(e)	3A Logisch-semantische Relation [<i>anchorage</i> /Bild semantisch dominant, <i>illustration</i> /Caption semantisch dominant, <i>relay</i> /ausgewogen, konfligierend]
1B Abgebildetes (Person(en) [Einzelperson, Personengruppe, Nicht-Person], Spiegel-Selfie [ja, nein], Bekleidung [unbekleidet, Unterwäsche, kurz, lang])	2B Storytelling persönlicher Inhalte [nein, ja, sehr ausgeprägt]	3B Multimodale Kohärenz (Bild und Caption ergeben kohärentes Ensemble) [ja, nicht herzuleiten/nein]

⁵ Getaggte Unterkategorien sind in eckigen Klammern notiert; sie lassen sich Oberkategorien zuordnen. Die Oberkategorie 2A, der keine Unterkategorien zugeordnet sind, ist mittels Freitext getaggt.

Tab. 1 (fortgesetzt)

Ebene 1: Bild(er)	Ebene 2: Caption & Hashtags	Ebene 3: Multimodale Verknüpfung
1C Sprache auf dem Bild [ja, nein] samt Notation des Phrasentyps	2C „Interaktions-“ Angebote [Aufforderung(en), Frage(n)]	3C Multimodale Kohäsion [keine kohäsiven Mittel, implizite/ explizite Mittel in Caption, implizite/ explizite Mittel in Sprache auf dem Bild]
1D Wenn Sprache auf dem Bild: Bewertender Sprachbestandteil [nein, ja]	2D Verortung in Hashtags [nein, räumlich, zeitlich, raum-zeitlich]	

Im Zuge der Analyse der Sprachbestandteile (= Sprache auf dem Bild, insbesondere aber auch Captions) war nicht nur das Was (siehe Analysedimensionen in Abschnitt 3 sowie insbesondere Abschnitt 5), sondern auch das Wie – also die sich wiederholende Formseite – der im Mittelpunkt stehenden kommunikativen Praxis von Interesse (vgl. Schröter 2022: 51). Analytische Tiefenbohrungen sind insbesondere an den Stellen vorgenommen worden, an denen sich kollektiv Geteiltes und damit kulturanalytisch Aufschlussreiches zeigte. Hierbei konnte es sich sowohl um (multimodal-) kommunikative Muster handeln, die charakteristisch für das Kollektiv von Körperakzeptanzakteur:innen im Speziellen scheinen, als auch um solche, die eine Prägung mit Blick auf eine anzunehmende digitale Kultur im Allgemeinen auszeichnet. Durch die qualitative Analyse von Kontexten der Evaluation sind sprachliche bzw. multimodale Mittel der Abgrenzung von geltenden Normen wie auch solche der Neukonstruktion von Normen aufgedeckt worden. Die kulturanalytische Perspektivierung setzte dabei einen interpretativen Untersuchungsschritt voraus, der ein gewisses Wissen über und das Durchdringen der Community-Strukturen wie auch der thematisch-gesellschaftlichen Zusammenhänge und Hintergründe unabdinglich machte (zur Methode der Kulturlinguistik vgl. auch Schröter 2022: 49).

5 Empirische Einsichten: Zur multimodalen Konstruktion weiblicher Körper auf Instagram

Das empirische Kapitel dieses Beitrags gliedert sich in drei Abschnitte. Zunächst werden ausgewählte quantitativ orientierte Einsichten zum multimodalen Gesamtdatensatz präsentiert (Abschnitt 5.1). Darauf aufbauend beschäftigt sich der

Abschnitt 5.2 mit der Grenzziehung zwischen (konstruierten) Gesellschaftsvorstellungen und den Anliegen und Werten der Körperakzeptanz-Community. In Abschnitt 5.3 stehen das multimodale Kontrastieren und Erzählen von (individuellem) Wandel im Mittelpunkt.

5.1 Quantitative Einsichten zum Gesamtdatensatz

Tab. 2: Analyseergebnisse zum Gesamtdatensatz (Schwerpunkt: formale Beschreibungskategorien; *SaB = Sprache auf dem Bild).

Post-Typ	Einfaches Bild (n=234), Karussell-Post (n=102), Collage (n=74)
Bekleidung	Unterwäsche (n=169), kurz (n=125), lang (n=83), nackt (n=19)
Verknüpfung	Illustration (n=229), Anchorage (n=110), Relay (n=61)
Verortung #	Raum (n=59), Zeit (n=44), Raum & Zeit (n=15)
Storytelling	nicht (n=189), anteilig (n=137), hoch (n=74)
SaB*	nein (n=295), ja (n=105)
Stance in SaB	ja (n=64), nein (n=41)

Die nachfolgenden Befunde zum multimodalen Gesamtdatensatz beziehen sich größtenteils, aber nicht ausschließlich auf die formale Beschreibungsebene (siehe dazu Tab. 2): Die Posts als digital-kommunikative Resultate eines Praktikengeflechts, das (mindestens) Fotografie, Bildbearbeitung sowie Textproduktion und Auszeichnung mittels Hashtags integriert, bestehen mit Blick auf die piktoralen Elemente des Beitrags überwiegend aus einfachen Fotografien (n = 234). Weniger häufig finden sich Karussellposts (n = 102), in denen folglich mehrere Fotografien mit einer Fingerbewegung durchgeswipt werden können, sowie Collagenposts (n = 74), für die verschiedene Fotografien auf der Sehfläche zusammengeführt wurden. Als Bildmotiv zeigen die untersuchten Posts fast ausnahmslos Körper sowie Körperausschnitte einer weiblichen Einzelperson in verschiedenen Umgebungen (heimische Wohnung, Schwimmstätten, Strand usw.). Mehrheitlich tragen die abgebildeten Personen – allesamt als Frauen identifizierbar – lediglich Unterwäsche (n = 169), die in diesem Beitrag mit Schwimmmode gleichgesetzt wird, oder kurze Kleidung (n = 125). Die quantitativen Ergebnisse zu semantischen Verknüpfungstypen von Bild und Sprache sind mit einer gewissen Vorsicht zu behandeln; eine allzu strikte Trennschärfe dieser Kategorien entspricht u. a. Caple (2020: Kap. 2) sowie Stöckl, Caple und Pflaeging (2020: Kap. 3.1) zufolge nicht der Datenrealität. Dennoch erscheint es für die praktikenbezogene Analyse aufschlussreich, dass die geposteten Bilder in über der Hälfte der Fälle nur illustrativen Charakter haben (n = 229). In diesen Instagram-Posts vermittelt das Bild vordergründig den Eindruck, eine schmückende Funktion innezuhaben; es weist zum Teil nur sehr wenige (mitunter

keine) explizite(n) Bezüge – im Sinne kohäsionsstiftender Mittel – zum Inhalt der Caption auf. Dieser Befund lässt Rückschlüsse auf die Praktik bzw. die Produktion des Instagram-Posts zu: Captions und Bild(er) entstehen stärker losgelöst voneinander. Fotografien, die den Community-Konventionen grundsätzlich entsprechen, jedoch in illokutiver Hinsicht wenig spezifisch sind, werden mit z. T. umfangreichen und eindeutig selbst- sowie fremd-positionierenden Captions versehen. In ca. einem Viertel der Fälle dominieren Bilder in logisch-semantischer Hinsicht zumeist kurze Captions, was begrifflich als Anchorage gefasst wird (zur Terminologie Stöckl, Caple & Pflaeging 2020). Mit Blick auf die verwendeten Hashtags sticht – neben der grundsätzlichen Zuordnung zur Körperakzeptanzbewegung – deren (weitere) räumlich verortende Funktion ins Auge. Durch diese Hashtag-Verwendung werden etwa die auf der Fotografie abgebildeten Räume in einer bestimmten Region oder an einem bestimmten Urlaubsort lokalisiert und damit zugleich spezifiziert. In mehr als der Hälfte der Posts wird auf Verfahren des (digitalen) Storytellings, das von der Multimodalität der Praxis gekennzeichnet ist, zurückgegriffen (vgl. zum digitalen Storytelling auch Alonso, Molina & Porto 2015; Georgakopoulou 2016). Die Caption-Autor:innen treten mehrheitlich als Ich- oder Wir-Erzähler:innen (etwa ihres eigenen Einstellungswandels) auf (vgl. dazu ausführlicher Abschnitt 5.3.). Allerdings leiten mitunter Zitate aus dem Alltag bzw. Kommentare Dritter die Caption ein (ähnlich auch der nachfolgende Abschnitt 5.2.) und werden zum Anlass der Erzählung genommen. In 105 Posts, also in gut einem Viertel der Beiträge, tritt Sprache auf dem Bild auf. Dabei dienen über 60 % dieser Beschriftungen des bildlichen Post-Bestandteils der Positionierung, insbesondere dem Evaluieren (siehe dazu ausführlicher Abschnitt 5.3.).

Das Caption-Subkorpus zeichnet sich durch die rekurrente (mitunter generalisierte) Fremdpositionierung des lesenden bzw. betrachtenden Gegenübers (*du*), die Selbstpositionierung der schreibenden (und größtenteils abgebildeten) Instagram-Akteurinnen (*ich*) sowie durch wiederkehrende Bezugnahmen auf das Kollektiv, das die Schreibende integriert (*wir*), aus; angedeutet wird mithin die Bedeutsamkeit von Praktiken der Vergemeinschaftung wie auch der Individualisierung. Geht man den häufigsten Bigrammen zu den Suchausdrücken *ich*, *du* und *wir* – also zu perspektivierenden Personalpronomen – nach, so fallen insbesondere die wiederkehrend auftretenden Kombinationen von Personalpronomen und Verb ins Auge (dazu Tab. 3). In den *du*- und *wir*-Fällen treten wiederholt Modalverben hinzu. Während das Syntagma *du musst* (ohne kotextuell begleitende Negation) auf einen Raum der Notwendigkeit sowie Verpflichtung und *du kannst* auf einen Raum der Möglichkeiten wie auch Fähigkeiten verweist, sind die Bigramme *wir sollten* und *wir müssen* in die schreibenden Instagrammerinnen einschließende Aufforderungen eingelassen (Bsp. *wir sollten uns nicht durch äussere Umstände definieren* [nina-botzen_230820], *wir müssen alle auf uns aufpassen das wir nicht ausversehen von*

Tab. 3: Bigramme zu den Suchausdrücken *du*, *ich* und *wir* (Caption-Subkorpus)⁶.

Rank	Freq.	Type	Freq.	Type	Freq.	Type
1	96	<i>du bist</i>	81	<i>ich bin</i>	37	<i>wir uns</i>
2	58	<i>du dich</i>	74	<i>ich mich</i>	27	<i>wir sind</i>
3	19	<i>du es</i>	51	<i>ich habe</i>	20	<i>wir alle</i>
4	16	<i>du musst</i>	30	<i>ich mir</i>	17	<i>wir sollten</i>
5	16	<i>du nicht</i>	25	<i>ich das</i>	10	<i>wir haben</i>
6	12	<i>du das</i>	23	<i>ich es</i>	7	<i>wir nicht</i>
7	12	<i>du hast</i>	23	<i>ich nicht</i>	6	<i>wir müssen</i>
8	12	<i>du kannst</i>	20	<i>ich war</i>	5	<i>wir denken</i>
9	11	<i>du siehst</i>	19	<i>ich möchte</i>	5	<i>wir frauen</i>
10	11	<i>du wirst</i>	18	<i>ich liebe</i>	5	<i>wir selbst</i>

dem einen extrem ins andere rutschen [noch_so_eine_die_abnimmt_090621]). Das Syntagma *du musst* tritt in über der Hälfte seiner Vorkommen mit einer Form der Negation auf (vor allem *nicht*, *nichts* und *niemanden*); in diesen Fällen werden vermeintliche Verpflichtungen und Obligationen explizit zurückgewiesen. Das Bigramm *du siehst*, das aus textgrammatischer Sicht als Caption und Bild verknüpfendes Kohäsionsmittel dient, zeigt die Auseinandersetzung mit dem Wahrnehmen und Perspektivieren des lesenden und betrachtenden Gegenübers an. Die Relevanz affektiver Selbstpositionierungen und wertschätzender Evaluationen deutet das Syntagma *ich liebe* an. Das Bigramm *wir denken* gibt einen Hinweis darauf, dass Captions dazu genutzt werden, Denkmuster und Glaubenssätze auszuhandeln. Mit Nachdruck wird das Wir-Kollektiv angesprochen (*wir alle*), mit dem z. T. explizit weibliche Akteurinnen adressiert werden (*wir frauen*).

5.2 Grenzziehungen: Gesellschaft vs. Körperakzeptanz-Community (vs. Social Media)

Die untersuchten Instagram-Posts stehen wiederkehrend – auf sprachlich explizite Weise – im Zeichen einer Vergemeinschaftung von postender Akteurin und lesender (potenzieller) Followerschaft.⁷ Zum einen wird das rezipierende (generalisierte) Gegenüber in der 2. Person Singular angesprochen, also in Form eines

⁶ Bigramme mit dem Pronomen *ihr* zeichnen sich durch eine deutlich niedrigere Auftretenshäufigkeit aus (das häufigste *ihr*-Bigramm stellt *ihr euch* mit 10 Belegen dar), sie werden daher nicht eingehender behandelt.

⁷ Follower:innen zeichnen sich dadurch aus, dass sie dem jeweiligen Account durch einen Button-Klick folgen, damit abonnieren sie die entsprechenden Inhalte und bekommen potenziell

Du, das verhältnismäßig unpersönlich eine Reihe an möglichen Lesenden adressiert und im Moment der Lektüre ein Verhältnis der konstruierten (und von der Schreibenden angebotenen) Nähe aktualisiert (Belege 3 und 4); zum anderen wird mit pronominalen Ressourcen wie *wir* und *uns* auf ein Kollektiv Bezug genommen, das die Schreibenden einschließt und das in zahlreichen Fällen von der Gesellschaft und ihrer (von den Autorinnen) wahrgenommenen Erwartungshaltung affiziert ist (Beleg 4):

3. **Die ganze Welt schreit. Ja. Sie schreit mich an. „Du brauchst glattere Haut!“. „Deine Haare müssen glänzen!“. „Dein Körper muss straff und makellos sein!“. „Deine Zähne weiß und dein Gesicht ohne Falten, Pickel und Narben!“** Während die Welt schreit. Flüstere ich ganz leise zurück: „Ich bin gut genug. – Das, was du von mir erwartest, muss ich nicht erfüllen. ICH muss glücklich mit mir selbst sein und nicht du. Ich mache meinen Wert nicht an meinen Äußerlichkeiten fest. Ich bin wertvoll. Ganz egal wie meine äußere Hülle aussieht.“ Und du. Ja, genau du. Du bist das auch! [...] (luluandherselflove_300422)
4. Was siehst du? ♥ Einen unperfekten Körper? Einen zu dicken Bauch? Ein unvorteilhaftes Dekolleté? Das alles hätte ich früher gesehen. [...] Heute sehe ich eine selbstbewusste Frau, die strahlt. Unsere Körper waren nie das Problem, **es ist die Gesellschaft, die uns von klein auf eintrichtert, nie gut, schön oder dünn genug zu sein.** Schau doch das nächste Mal auch auf dich ‚positiver‘ – Was mag ich an mir? [...] (milenska.emilia_050722)

Der Entwurf eines global als *die Gesellschaft* gefassten Kommunikationsaktanten, der von außen mit einem gewissen Druck (*schreien, eintrichtern*) auf die Schreibenden (und Lesenden) einwirkt, zeichnet sich als ein argumentativ-narratives Muster ab. Kommunikationsideologisch deutlich aufgeladen, wird diese dritte Instanz vor allem durch (vermeintlich) kommunizierte Anspruchshaltungen charakterisiert (in den Belegen 3 und 4 durch Fettdruck hervorgehoben; z. B. *Dein Körper muss straff und makellos sein*, Beleg 3; ... *eintrichtert, nie gut, schön oder dünn genug zu sein*, Beleg 4). Das auf gesellschaftlicher Ebene verortete folgenreiche Einwirken auf das Individuum, das sich u. a. in einer verzerrten und negativen Selbstwahrnehmung niederschlagen kann, wird als Anlass für das Teilen körperreflexiver Posts genommen, die als Beiträge zu einem entsprechenden Körperakzeptanzdiskurs typischerweise mit der Offenlegung verhältnismäßig privater wie auch sensibler Einsichten und Erzählungen einhergehen. Das Konstrukt *die Gesellschaft* (mit ihren Idealen und Normen) ist handlungsleitend: Es betritt die sprachliche Bühne als ein Agens, dem man bzw. frau – um zu einem Umdenken anzustoßen – entgegenzutreten hat. Als Agens wird die Gesellschaft insofern entworfen, als ihr eine gewisse *agency* zu-

dauerhaft verfügbare Posts sowie Stories, auf die 24 Stunden zugegriffen werden kann, von diesen Instagrammer:innen angezeigt.

gesprochen wird. Die zum Subjekt *die Gesellschaft* hinzutretenden Verben verdeutlichen diese Konzeptualisierung: Die Gesellschaft *bringt bei* (Beleg 5), sie *trichtert ein* (Beleg 6), *gibt vor* (Beleg 8), *treibt gar mit voller Absicht* in eine spezifische Richtung (Beleg 9). Die Postenden nehmen bzw. das inkludierende Kollektiv nimmt in diesen Caption-Auszügen eine Position am Gegenpol ein; die Schreibenden treten in semantischer Hinsicht rekurrent in der Patiensrolle auf (Belege 5, 6, 7, 9).

5. [...] Ich sehe Makel. Weil **die gesellschaftliche Idealvorstellung von Normschönheit** mir beigebracht hat, sie zu sehen. [...] (wellshesassy_240421)
6. [...] Jetzt mal ganz ehrlich: wir werden immer, immer, immer etwas an uns finden, das wir nicht mögen. Weil uns **die Gesellschaft** das eingetrichtert hat. [...] (mutausbrueche_080320)
7. [...] Jetzt geh ich nach meinem Gefühl und nicht nach dem, was mir **die Gesellschaft** sagt. (hannahmaylou_140620)
8. [...] Ich bin es leid mich immer nur „perfekt“ zu zeigen, immer die „perfekte“ Pose zu präsentieren & damit auch ein unrealistisches & falsches Schönheitsideal zu unterstützen. Nur weil es **die Gesellschaft und die Instawelt** so vorgibt. [...] (milenska.emilia_200421)
9. [...] Wann verstehen wir endlich, dass 90-60-90 eine Illusion ist? Dass **die Gesellschaft inklusive Industrie** uns mit voller Absicht dahin treibt, um Geld an uns zu verdienen und uns klein zu halten? [...] (milenska.emilia_190622)

Die (Mit-)Verantwortlichkeit für (häufig in der Vergangenheit liegende und mittlerweile überwundene) Selbstzweifel wird demnach – zumindest was einen großen Teil des Datensatzes betrifft – nicht dem direkten (Kommunikations-)Umfeld zugeschrieben (z. B. Familie, Peers, Schule, Freizeit), sondern einem nur wenig greifbaren Aktanten übertragen, der bis auf konstruierte Erwartungshaltungen verhältnismäßig konturlos bleibt. Die Akteurinnen der Körperakzeptanzbewegung treten diesen (von ihnen entworfenen) gesellschaftlichen Erwartungen nicht nur mit aussagestarken Captions entgegen, sondern posten jene Bildunterschriften begleitende Fotografien, die den Fokus der Betrachtenden gezielt auf gewisse Körperteile bzw. -regionen lenken, die wiederum von einem solchen gesellschaftlichen Schönheitsideal bzw. einer entsprechenden Normvorstellung divergieren. In zahlreichen Fällen zeigen die jeweiligen Bilder nur einen Ausschnitt der Körper der Instagrammerinnen, etwa wiederkehrend den Rumpf mit der Bauchregion im Bildzentrum (siehe dazu Abb. 3).

Auch in den Captions zu Abb. 3 formulieren die Akteurinnen Erwartungen, die an sie herangetragen werden (insbesondere Belege 10 und 11); vor allem ihr ebenfalls fotografisch exponiertes Mehrgewicht wird hierbei zum Thema gemacht. Die bildlichen Bestandteile untermauern, dass dieses Abweichen von einer sprachlich relevantgemachten Norm keineswegs davon abhält, sich freizügig – da nur in Unterwäsche gekleidet – einem großen Kreis an Betrachtenden zu zeigen. Durchaus musterhaft folgen auf diese Konstruktion gesellschaftlicher Vor-

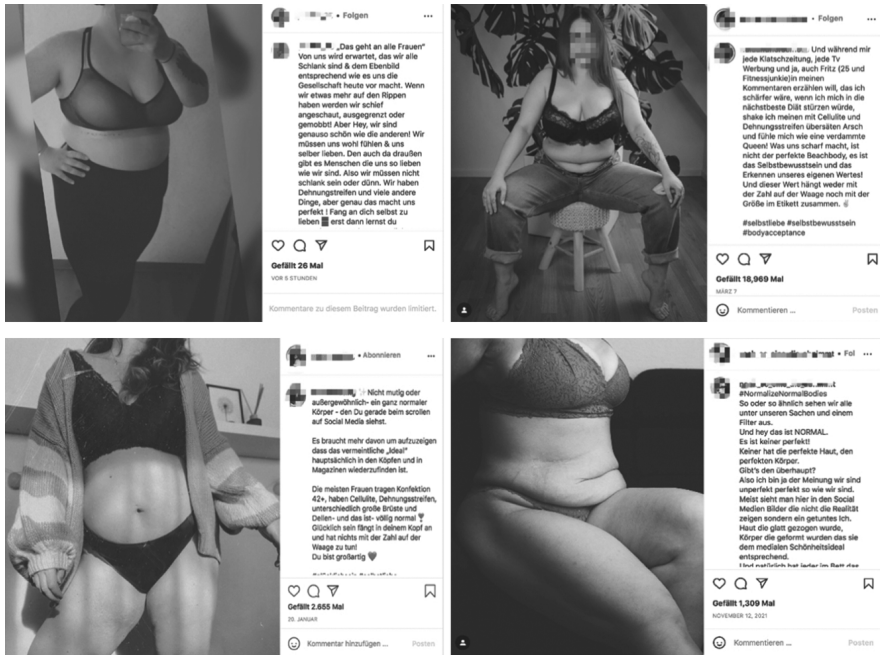


Abb. 3: Reflexion gesellschaftlicher Normen, (Ideal-)Vorstellungen und Erwartungen (oben links: poetin_25_010922; oben rechts: luluandherselflove_070322; unten links: marenkissing_200121; unten rechts: noch_so_eine_die_abnimmt_121121).

stellungen und Einwände Caption-Bestandteile, in denen die (versuchten) Disziplinierungsmaßnahmen zurückgewiesen werden und auf solidarisierende Weise mittels einer Kollektivreferenz (etwa in *wir sind genauso schön wie die anderen*, Beleg 10) ein gemeinschaftlich geteiltes (An-)Erkennen des eigenen Selbstwerts bzw. der eigenen Attraktivität in den Vordergrund gestellt wird.

10. „Das geht an alle Frauen“ **Von uns wird erwartet, das wir alle Schlank sind & dem Ebenbild entsprechend wie es uns die Gesellschaft heute vor macht.** Wenn wir etwas mehr auf den Rippen haben werden wir schief angeschaut, ausgegrenzt oder gemobbt! Aber Hey, wir sind genauso schön wie die anderen! [...] (poetin_25_010922; Abb. 3, oben links)
11. **Und während mir jede Klatzschzeitung, jede Tv Werbung und ja, auch Fritz (25 und Fitnessjunkie)in meinen Kommentaren erzählen will, das ich schärfer wäre, wenn ich mich in die nächstbeste Diät stürzen würde,** shake ich meinen mit Cellulite und Dehnungsstreifen übersäten Arsch und fühle mich wie eine verdammte Queen! Was uns scharf macht, ist nicht der perfekte Beachbody, es ist das Selbstbewusstsein und das Erkennen unseres eigenen Wertes! [...] (luluandherselflove_070322; Abb. 3, oben rechts)

12. ♠ Nicht mutig oder außergewöhnlich- ein ganz normaler Körper – den Du gerade beim scrollen auf Social Media siehst. **Es braucht mehr davon um aufzuzeigen dass das vermeintliche „Ideal“ hauptsächlich in den Köpfen und in Magazinen wiederzufinden ist.** [...] (marenkissing_200121; Abb. 3, unten links)
13. [...] **Meist sieht man hier in den Social Medien Bilder die nicht die Realität zeigen sondern ein getunted Ich.** Haut die glatt gezogen wurde, Körper die geformt wurden das sie dem medialen Schönheitsideal entsprechend. Und natürlich hat jeder im Bett das perfekte Make up, dank der netten Filter die es gibt. **Es wird einfach das mediale Ich gezeigt, das dem medialen Schönheitsideal entspricht, aber nicht das echten, lebendige Ich.** Was doch viel schöner ist weil es einfach echt ist und nicht was vorspielt zu was total unrealistisch ist. [...] (noch_so_eine_die_abnimmt_121121; Abb. 3, unten rechts)

Zudem betonen einzelne Akteurinnen, dass auf dem jeweiligen Bild *ein ganz normaler Körper* sichtbar werde (Beleg 12); mit dieser Nominalphrase erfolgt mithin eine explizite Bezugnahme auf den fotografisch festgehaltenen und inszenierten Bild-Körper; die Attribuierung *normaler* zeigt eine (geforderte) Normalisierung auch mehrgewichtiger Körper an. Damit zeichnet sich eine gewisse Widersprüchlichkeit der untersuchten kommunikativen Praktiken ab, die im Falle der Neukonstruktion von Normen nur schwer zu umgehen ist: Auf der einen Seite werden das Sichtbarmachen der Diversität von Körpern und damit eine Abgrenzung von ‚bisherigen‘ Normvorstellungen gefordert; auf der anderen Seite wird (weiterhin) mit dem ideologisch aufgeladenen Begriff der Normalität operiert.⁸ Ähnliche Korpusbelege, in denen das Adjektiv *normal* allerdings als Prädikativum fungiert, sind (a) *Und ja, auch schlanke Menschen haben Speckröllchen und das ist auch völlig normal* (ninabotzen_080520), (b) *Dehnungsstreifen sind normal* (dr.med.mareike.awe_200321) sowie (c) *Ja so sehe auch ich im sitzen aus. Das ist ganz normal* (charlotte.weise_151120). Das Sichtbarwerden verschiedenartiger und insbesondere verschiedenengewichtiger Körper wirke der ideologisch verzerrten Wahrnehmung von Mitmenschen bzw. -körpern entgegen (als *das vermeintliche „Ideal“ [...] in den Köpfen*, Beleg 12). Auch mit dem wiederkehrend verwendeten Hashtag *#normalizenormalbodies* wird zu einem solchen Normwandel aufgerufen. Bearbeitete Körperdarstellungen (*getunted Ich*, Beleg 13), denen man in den sozialen Medien gehäuft begegne, werden im Gegensatz zum *echten, lebendige[n] Ich* abgewertet. Mit der Spezifizierung *echt* und dem Referieren auf *die Realität* (ebenfalls Beleg 13) zeichnen sich gewisse Authentizitätsansprüche ab, die die Körperakzeptanz-Community prägen und die auf einen Hochwert dieser Gemeinschaft anspielen.

⁸ Eine kommunikative Distanzierung von zu überwindenden Normen ruft diese zwangsläufig auf und verhilft ihnen damit zu einer (sehr wahrscheinlich) ungewollten Sichtbarkeit, die in der Folge mit einer gesteigerten kulturellen Gültigkeit einhergehen kann. Für wichtige Hinweise zu diesem und ähnlichen Dilemmata danke ich Juliane Schröter.

Was die digitale Körperpraxis anbelangt, treten neben *der Gesellschaft* die sozialen Medien als ein weiterer kommunikations- wie auch medienideologisch aufgeladener Mitspieler auf. Im Schreiben über Social Media – der Anglizismus ist die gängigere Bezeichnung in der untersuchten Praxis – spiegelt sich jedoch eine Konzeptualisierung dieser Instanz wider, die von einem geringeren Grad an *agency* gekennzeichnet ist. Die sozialen Medien werden vielmehr als ein virtueller Ort begriffen, den nicht nur eine grundsätzlich digitale Logik des Betretens und der Partizipation charakterisiert, sondern der sich durch seine Vielschichtigkeit (*auf andere Social Media Seiten verirre*, Beleg 14) wie auch sein Potenzial zur inszenatorischen (und verfremdenden) Nutzung (*Weil uns Social Media oft eine Welt vorlebt, die es so gar nicht gibt*, Beleg 15) auszeichnet.

14. Hier auf Instagram feiern wir Körper, Kurven, Individualität, sind (Welt-)offen, akzeptieren, tolerieren, finden Zuspruch, feiern uns für unseren Mut und dürfen einfach Sein. **Sobald ich mich mal auf andere Social Media Seiten verirre** oder Gesprächen auf der Straße lausche, **ist das Bild leider ein anderes**. Es ist in vielen Köpfen noch nicht angekommen, dass eine Abnahme nicht zwingend ein Grund zum gratulieren ist. [...] (marenkissing_091120)
15. Jetzt mal ganz ehrlich: wir werden immer, immer, immer etwas an uns finden, das wir nicht mögen. Weil uns die Gesellschaft das eingetrichtert hat. **Weil uns Social Media oft eine Welt vorlebt, die es so gar nicht gibt**. [...] Ich liebe die #bodypositivity Bewegung hier auf Instagram sehr und ich habe das Gefühl dass sich das Blatt schön langsam wendet. [...] (mutausbrüche_080320)

Während gelegentlich Instagram im Allgemeinen (Beleg 14), vor allem jedoch der Körperakzeptanzbewegung im Speziellen (Beleg 15) für die Wertschätzung und Sichtbarmachung von Diversität Anerkennung ausgesprochen wird, thematisieren die Userinnen ebenso grenzüberschreitendes Verhalten, mithin Hate-Kommentare, in der Anschlusskommunikation zu ihren körperbezogenen Posts. Eine von De- und Rekontextualisierung geprägte Praktik der Gegenrede – als *Counter Speech*, die dem abfälligen Verhalten von Nutzer:innen entgegenwirkt (vgl. Marx & Zollner 2020) – besteht darin, entsprechende Kommentare aus ihrem Thread-Zusammenhang herauszulösen (Dekontextualisierung) und sie in mehr oder weniger anonymisierter Form – Userpseudonyme der Kommentarverantwortlichen werden unkenntlich gemacht, die Profilbilder werden z. T. beibehalten (siehe Abb. 4) – in den eigenen Post zu integrieren (Rekontextualisierung, vgl. dazu Androutsopoulos 2016).

Gehen die (in technischer Hinsicht grundsätzlich) persistenten Kommentare an ihrem ursprünglichen Erscheinungsort unter Umständen in der Masse an größtenteils wertschätzenden Userreaktionen unter, so wird ihnen auf diese Weise eine deutlich erhöhte Sichtbarkeit zuteil. Kommentare wie das übergriffige *Not normal, go JIM* (milenska.emilia_120622, Abb. 4, links) oder das hochgradig beleidigende *Möchte mein Essen wieder auskotzen* (endlich_zufrieden_261120, Abb. 4, rechts) wer-



Abb. 4: Thematisieren von Hate-Kommentaren (links: milenka.emilia_120622; rechts: endlich_zufrieden_261120).

den auf der Bildfläche des Posts angebracht, wobei hierzu primär die Bildränder genutzt werden. Auf diese Weise stehen die abgebildeten Körper weiterhin im Bildzentrum; prominent gesetzt – da einen großen Teil der Bildfläche einnehmend – sind also jene Bezugsobjekte, auf die die angebrachten Herablassungen referieren. Dieses visuelle Ins-Verhältnis-Setzen von despektierlicher Äußerung und Referenzobjekt liest sich als eine emanzipatorische Geste: Die adressierten Körperakzeptanzakteurinnen erheben sich über die vorgebrachten Grenzüberschreitungen; keineswegs lassen sie sich davon abhalten, ihren Körper weiterhin (internetöffentlich) zu präsentieren. Während auf der linken (Bild-)Seite die Outgroup mit ihrem kommunikativen Fehlverhalten zur Schau gestellt und sanktioniert wird, umfasst das rechte Caption-Feld Freudesbekundungen und Dankesäußerungen, die sich an die unterstützende Community als Ingroup richten.

5.3 Multimodales Kontrastieren und Entwerfen individuellen (Einstellungs-)Wandels

In einer Vielzahl an Posts, die aus mehr als einem einfachen Bild – typischerweise handelt es sich dabei um eine Collage aus zwei Bildern – samt Anbringung von Schrift auf diesen Bildern bestehen, wird multimodal ein semantisches Verhältnis des Kontrastes entworfen. Diese semantische Figur kann zum einen als ein atemporales Verhältnis, zum anderen als das Ergebnis einer Zeit einnehmenden Veränderung konturiert werden. Insgesamt tritt Sprache in 43 kontrastierenden Collagen- sowie Karussellposts auf (Tab. 4). Es lassen sich hierbei insgesamt vier Gruppen ausmachen: Erstens wird die Praktik der Post-Produktion (Posing, Auswahl der Bilder, deren Bearbeitung usw.) in ihrem Inszenierungspotenzial thematisiert (Gruppe A); zweitens werden (Zeit-)Zustände gegenübergestellt und kontext-

tualisiert (Gruppe B); drittens werden gegenübergestellte Fotografien und damit gegenübergestellte Körperabbildungen evaluiert (Gruppe C); viertens wird Wahrnehmung bzw. Sehen als selektiver und von den Fotoproduzentinnen mitperspektivierter Prozess behandelt (Gruppe D).

Tab. 4: Sprache auf kontrastierenden Collagen- und Karussellposts (Belegzahlen in Klammern).

Sprache auf kontrastierenden Collagen- und Karussellposts

A INSTAGRAM-PRAXIS (n = 16)

Instagram / Realität (6); Posed / Relaxed (2); Same Body / Different Pose (2); Posted / Deleted (2); Social Media / Realität (1); Photoshop / Kein Photoshop (1); Bearbeitet / Unbearbeitet (1); Result / Preparation (1)

B (ZEIT-)ZUSTÄNDE (n = 11)

Kein Vorher / Kein Nachher (2); Heute / Früher (1); 2022 / 2017 / 2016 / 2015 / 2015 / 2014 / 2014 / 2012 / 2008 (1); Woche 10 / Woche 20 / Woche 30 (1); Woche 7 / Woche 20 / Woche 33 (1); Woche 7 / Woche 10 / Woche 13 / Woche 15 / Woche 17 / Woche 20 / Woche 23 / Woche 26 (1); isst 600 kcal am Tag und hat abends Essanfälle / isst ca. 2300 kcal am Tag (1); 121,5 kg / 59,3 kg (1); 50er, Hollywood Age / 60er, Swinging Sixties / 80er, Supermodel Era / 90er, Heroin Chick / 2000er, Postmodern Beauty (1); Nicht schwanger / Nicht schwanger (1)

C EVALUATION (n = 10)

Worthy / (Still) Worthy (2); Liebenswert / Liebenswert (1); Beautiful / Still Beautiful (1); Still X / Still X (X = me, happy, loveable) (1); Unglücklich / Glücklich (1); Schön / Ok / Ungesund!!!! (1); Bikinifigur / Auch Bikinifigur (1); Not a whore / not a prude (1); Ein schlechtes Ergebnis / Ein schlechtes Ergebnis (1)

D SEHEN ALS PERSPEKTIVIERTES PHÄNOMEN (n = 6)

what you want to see / how it really looks like (1); Wie du wirklich aussiehst / wie du gerne aussehen würdest (1); Wie du wirklich aussiehst / was du im Spiegel siehst (1); Was du siehst / Was ich sehe (1); What you see / What you don't see (1); Was du siehst / Was dein Hund sieht (1)

Durch das Gegenüberstellen von Bildern, die zum einen hinsichtlich gewisser Bildelemente identisch sind (z. B. abgebildete Person, abgebildetes Körperteil, Kleidung, Umgebung) und die zum anderen mit Blick auf ausgewählte Aspekte (etwa Einsatz von Filtern, Steh-/Sitzposition des Körpers) divergieren, wird der Fokus – rein bildlich – auf die Relevanz dieser Unterschiede gelegt (siehe Abb. 5–7). Bedeutung entsteht hier mithin an der Schnittstelle von Layout und Bild. Anbringungen von Schrift auf dem piktoralen Post-Bestandteil treten in kontextualisierender, mitunter evaluativer Funktion hinzu (evaluativ: insbesondere Abb. 6); Captions übernehmen neben einer evaluativ-positionierenden Funktion zum Teil die Aufgabe, dem Post eine historisch-biografische Tiefe zu verleihen, also die eigene für die Gegenüberstellung relevante Geschichte zu erzählen (z. B. Abb. 5, unten links, 7).

Für die Gruppen A „Instagram-Praxis“ sowie D „Sehen als perspektiviertes Phänomen“ sind ausgewählte Posts in Abb. 5 zusammengetragen worden. Techniken

des Posens sowie der nachträglichen Bildbearbeitung sind in ihrer Wirkung auf die Inszenierung des Körpers ein rekurrentes Thema (oberes Bilderpaar in Abb. 5). Dabei folgt ein Großteil der Collagen einem Muster, was die Präsentation des Körpers anbelangt: Fotografien mit angewinkeltem und nach vorne geschobenem (rechten) Bein und ggf. nach hinten gestreckter Hüfte werden solchen mit geraden Beinen gegenübergestellt. Ebenso finden sich Fotografien in Sitzpositionen, in denen sich der Bauch (entweder nicht oder überaus deutlich) in Falten legt (Abb. 5, oben links). Indem wiederum identische Fotografien in einem Post gegenübergestellt werden (Abb. 5, unten rechts) und hinzutretende Sprache darauf hinweist, was angesichts der Fokussierung auf Oberflächlichkeiten verborgen bleibt (z. B. körperliche Beschwerden wie Skoliose, Schlafparalysen, Atemstörung), wird Sehen als Phänomen der selektiven Wahrnehmung konturiert. Zudem wird wiederkehrend verhandelt, dass auf Instagram lediglich (bearbeitete) Ausschnitte und Momentaufnahmen sichtbar gemacht werden (u. a. Abb. 5, unten links).

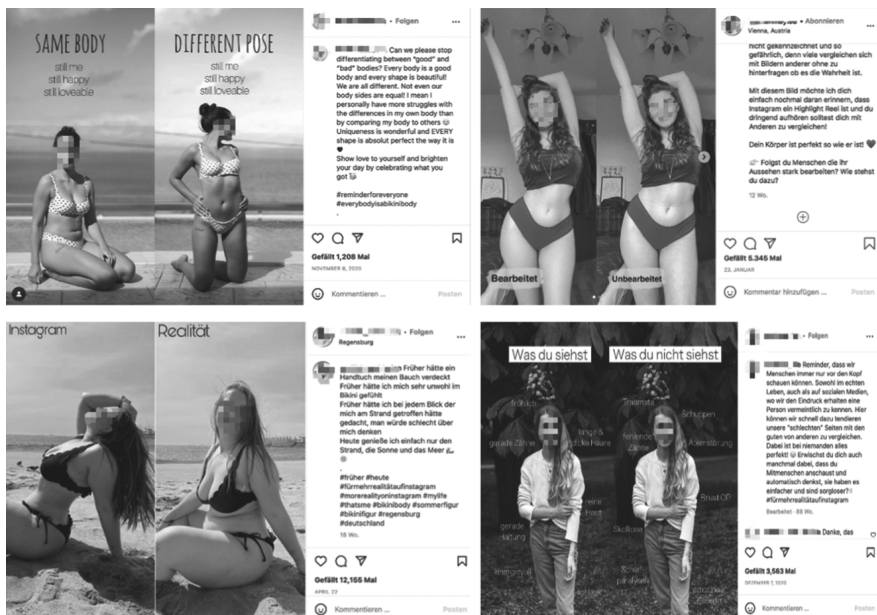


Abb. 5: Multimodales Kontrastieren (oben links: nathalie.moves_081120; oben rechts: hannahmaylou_230121; unten links: endlich_zufrieden_220422; unten rechts: corinna_fee_071220).

Vor allem die technologisch unterstützte Möglichkeit, mithilfe von Software nachträglich die Form des Körpers, aber auch die Beschaffenheit von Haut, Haaren etc. zu bearbeiten, wird als *gefährlich* reflektiert (Beleg 16). Das Nutzen von (mehr

oder weniger stark modifizierenden) Filtern ist fester Bestandteil der Instagram-Praxis; Betrachtende für diese Bearbeitungstechniken zu sensibilisieren, ist wiederkehrendes Anliegen der Körperakzeptanzakteurinnen.

16. [...] Mit Hilfe einer App hab ich das aktuelle Schönheitsideal auf meinen Körper übertragen. In fucking 5 Minuten! Solche Apps sind so gefährlich und du weißt nie, wer hier aller solche Apps verwendet. Es ist nicht gekennzeichnet und so gefährlich, denn viele vergleichen sich mit Bildern anderer ohne zu hinterfragen ob es die Wahrheit ist. **Mit diesem Bild möchte ich dich einfach nochmal daran erinnern, dass Instagram ein Highlight Reel ist und du dringend aufhören solltest dich mit Anderen zu vergleichen!** Dein Körper ist perfekt so wie er ist! ♥ □ [...] (hannahmaylou_230121; Abb. 5, oben rechts)

Die auf beiden Teilen der Collage angebrachte Beschriftung *still me / still happy / still loveable* (Abb. 5, oben links) dient sowohl dem selbstpositionierenden Ausdruck von Zufriedenheit (*happy*) als auch der Evaluation der mit Blick auf die Sitzposition divergierenden Bild-Körper (*loveable*). Mitunter lassen sich solche Bewertungen als die vordergründige Funktion der Schrifanbringungen fassen (Gruppe C; Abb. 6). Wiederkehrend treten evaluative Adjektive – wie *worthy* oder *liebenswert* – wie auch um eine evaluative Dimension angereicherte Nomen wie *Bikinifigur* als lexikalische Bewertungsmittel zu bildlich konstruierten Bewertungsobjekten (abgebildete Körper in verschiedenen Posen) hinzu. Dabei deuten Partikeln wie *auch* und engl. *still* auf den Umstand hin, dass die abgebildeten Körper als weniger wertvoll oder weniger einer *Bikinifigur* entsprechend angesehen werden könnten. In diesem Diskurs jedoch werden sie ungeachtet von *society's idea of beauty* (Abb. 6, links) wertgeschätzt.



Abb. 6: Evaluation gegenübergestellter Bild-Körper (links: [nathalie.moves_241120](#); rechts: [dr.med.ma-reike.awe_070722](#)).

Auch der Entwurf zeitlich verankerter Veränderungen folgt multimodalen Mustern. Postende präsentieren sich als Akteurinnen, die von einem körperlichen, aber auch mentalen Wandel gezeichnet sind. Collagen- und Karussellposts doku-

mentieren u. a. visuell zugängliche Veränderungen des Körpers; hinzutreten Captions, die mit ihrer Konstruktion der eigenen Geschichte und des (narrativen) Gegenüberstellens von früherem und heutigem Verhalten wesentlicher Bestandteil dieses multimodalen Storytellings sind (dazu Abschnitt 5.1). Bildlich betrachtet werden frühere Zustände – und damit für gewöhnlich ältere Fotografien – üblicherweise links, aktuellere rechts positioniert, wie in der oberen Reihe der in Abb. 7 zusammengetragenen Belege. Damit folgt die bildliche Darstellung einer gängigen Raum-Zeit-Metapher. Das Einnehmen von Fläche wird zur Erzählung von Zeit.

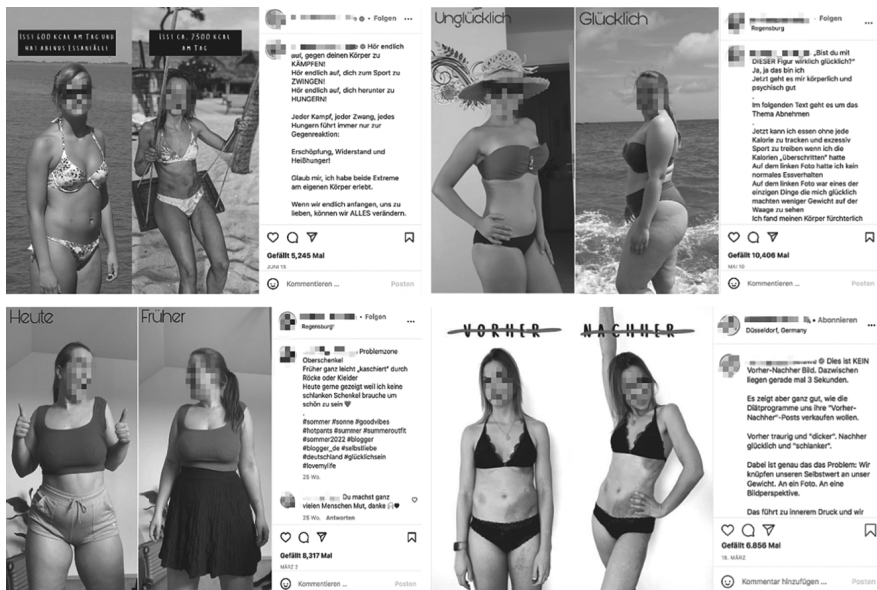


Abb. 7: Multimodales Entwerfen von (Nicht-)Wandel (oben links: dr.med.mareike.awe_130622; oben rechts: endlich_zufrieden_100522; unten links: endlich_zufrieden_020322; unten rechts: dr.med.mareike.awe_150321).

Sprache kann in kontextualisierender Funktion auf dem Bild angebracht werden, etwa indem sie das Heute und Früher (auch) verbal anzeigt (Abb. 7, unten links) oder überschreibt, wie viele Kalorien zur Entstehungszeit der jeweiligen Fotografie zu sich genommen wurden (Abb. 7, oben rechts). Diese Kalorienangabe auf zwei gegenübergestellten Fotografien wird von einer Caption begleitet, in der dazu aufgefordert wird, das Hungern – und damit den Kampf gegen den eigenen Körper – einzustellen. Auf dem aktuelleren (rechten) Foto der Collage präsentiert die Körperakzeptanzakteurin nicht nur einen deutlich trainierteren Körper, sondern hebt in

Form der Schriftenbringung hervor, (ohne abendliche Essanfälle) täglich 1900 kcal mehr zu verzehren. Das fotografisch festgehaltene Ausbleiben einer Gewichtszunahme entkräftigt Befürchtungen, die mit einer gesteigerten Kalorienzufuhr einhergehen könnten. Auch in der Caption des Posts oben rechts in Abb. 7 wird berichtet: *Jetzt kann ich essen ohne jede Kalorie zu tracken und exzessiv Sport zu treiben wenn ich die Kalorien „überschritten“ hatte* (endlich_zufrieden_10052). Die Gegenüberstellung von älterer und jüngerer Fotografie zeigt jedoch eine damit aller Wahrscheinlichkeit nach zusammenhängende Gewichtszunahme an. Diesem Mehr an Körpervolumen wird allerdings mit den folgenden Selbstpositionierungen, die auf den Fotografien angebracht sind, begegnet: Während sich die Akteurin in Zeiten eines schlankeren Körpers als *unglücklich* charakterisiert, ist zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Posts – infolge eines Wandels der Perspektive auf ihren eigenen Körper – Gegenteiliges der Fall, wie die Adjektivphrase *glücklich* verdeutlicht. Zu einem solchen Wandel der Sicht auf den eigenen Körper wird auch in der folgenden Caption angestoßen, die auf Abnehm-Transformationsposts – häufig als Werbemaßnahme auf Instagram platziert – anspielt. Betont wird sowohl mit der Schriftenbringung als auch in der Caption, dass es sich um *KEIN Vorher-Nachher Bild* – einen musterhaften Post-Typ – handelt:

17. Dies ist **KEIN Vorher-Nachher Bild. Dazwischen liegen gerade mal 3 Sekunden.** Es zeigt aber ganz gut, wie die Diätprogramme uns ihre “Vorher-Nachher“-Posts verkaufen wollen. Vorher traurig und “dicker“. Nachher glücklich und “schlanker“. Dabei ist genau das das Problem: Wir knüpfen unseren Selbstwert an unser Gewicht. An ein Foto. An eine Bildperspektive. [...] **Was wäre, wenn du das ganze mal umdenkst und als allererstes verstehst: Dein Wert hat NICHTS zu tun mit deinem Gewicht. Du bist immer wertvoll und du darfst immer glücklich sein – egal mit welchem Gewicht.** [...] (dr.med.mareike.awe_150321; Abb. 7, unten rechts)

Entgegen einer vermeintlich erfolgreichen Selbstdisziplinierung, die in bestimmten körperzentrierten Diskursen „als Schlüssel für die Arbeit am Körper“ (Frommheld 2022: 31) betrachtet wird, werden demnach vielmehr die Arbeit an und der Fortschritt bzgl. der Perspektivierung und Akzeptanz des (eigenen) Körpers sowie körperlicher Veränderungen hervorgehoben. Damit sind wesentliche Anliegen der Körperakzeptanzbewegung adressiert. In soziokultureller Hinsicht wird die gemeinsame Haltung gegenüber dem eigenen wie auch fremden Körper als eine geteilte Position relevant gemacht und zur ‚neuen‘ Norm erklärt. Mitunter illustrieren lediglich aktuelle Fotos einen solchen Wandel der Perspektive auf den eigenen Körper (Abb. 8). Die Instagrammerinnen zeigen sich in der Jetzt-Situation, die bereits vom Erkennen des Selbstwertes geprägt ist.

Der vollzogene Einstellungswandel wird durch das Kontrastieren von früherem Verhalten auf der einen Seite und heutigem Umgang mit dem eigenen Körper auf der anderen Seite in der jeweiligen Caption angezeigt:



Abb. 8: Thematisieren von Einstellungswandel mit einfachem Bild (links: milenska.emilia_060622; rechts: melodie_michelberger_300121).

18. Verrückt oder? **Früher** habe ich mich für meinen Körper geschämt, alles verhüllt & kaschiert bis zum Get No. **Heute** trage ich am liebsten nur bunte Bikinis, zelebriere mich und meinen Weg & kriege einfach nicht genug davon ♥ Das Leben wird plötzlich so viel befreiter & leichter, wenn wir nicht ständig auf unsere Körper schauen. [...] (milenska.emilia_060622; Abb. 8, oben links)

Eine Gegenüberstellung sprachlich wiederkehrenden Materials in Caption-Erzählabschnitten, die Vergangenes konstruieren, sowie solchen, die Gegenwärtiges thematisieren, untermauert, dass zurückliegende Erfahrungen mit dem eigenen Körper als stärker negativ behaftet entworfen werden (Tab. 5). Verben, Nomen sowie Adjektive, die in einem *close reading* der erzählenden Captions identifiziert werden konnten, deuten auf wesentliche Unterschiede des Früher- und Heute-Abschnittes hinsichtlich der Wahrnehmung von und des Umgangs mit dem eigenen Körper hin.

Aus diesen lexikalischen Mustern lassen sich der bereits angesprochene Einstellungswandel sowie die Konstruktion einer empowernden Versöhnung mit dem eigenen Körper ablesen. Die Wahl der lexikalischen Mittel indiziert wesentliche retrospektiv konstruierte Unterschiede hinsichtlich der Wahrnehmung des eigenen Körpers im Früher und Heute. Den Übergangspunkt (*transition point*) mit Blick auf diesen Wandel der Perspektive markieren vielfach teilschematische Syntagmen, in denen das Erkenntnisverb *verstehen* eingelassen ist. Erst das Erkennen und Durchdringen des Zusammenhangs von Körperakzeptanz und (mentalem) Wohlbefinden ermöglichen eine entsprechende Neuperspektivierung und -positionierung zum eigenen Körper und Selbstwert. Die individuelle Versöhnung mit dem eigenen Erscheinungsbild wird zum Anstoß genommen, einem Auftrag, der Verbundenheit und damit Gemeinschaft stiftet, nachzukommen: durch die eigene Geschichte zu einem Mehr an Körperakzeptanz in der Community zu bewegen.

Tab. 5: Lexikalische Muster im „früher-vs.-heute“-Storytelling.

Lexikalische Marker: Vergangenheit <i>früher</i> (29), <i>damals</i> (14), <i>jahrelang</i> (9), <i>vor</i> ANZAHL ZEITEINHEIT (z. B. ANZAHL <i>Jahren</i> (7)), <i>lange Zeit</i> (5) u. a.	transition point	Lexikalische Marker: Gegenwart <i>heute</i> (92), <i>jetzt</i> (84), <i>endlich</i> (67), <i>mittlerweile</i> (7) u. a.
Verben: <i>anhören, ändern, ausbremsen, belasten, bestrafen, schlecht denken, einreden, kaschieren, (Gedanken) machen, protestieren, runtermachen, schämen, (nach Liebe) schreien, verändern, verdecken, verhüllen, vermeiden, verstecken, verwehren, weinen, zerbrechen</i> Nomen: <i>Abnehmwahn, Angst, Cellulite-Creme, Diät, Druck, Fehler, Feinde, Filter, Kampf, knurrender Magen, Schwächen, Selbstzweifel, blöde Sprüche</i> Adjektive/Partizipien: <i>dünn genug, perfekt, undenkbar, unwohl, verletzend</i>	<i>Ich verstand ...</i> <i>Mein halbes Leben</i> <i>habe ich gebraucht, um zu verstehen, dass ...</i> <i>Heute verstehe ich erst, ...</i>	Verben: <i>akzeptieren, aufhören, ermöglichen, feiern, genießen, (daran) glauben, lieben, (daraus Content) machen, tanzen, verdienen, wohlfühlen, wünschen, zelebrieren</i> Nomen: <i>(knallige) Farben, Freunde, Liebe, (alte) Muster, Selbstbewusstsein, Visionen, Zukunft</i> Adjektive/Partizipien: <i>befreit, dankbar für, erleichtert, gesund, glücklich, (wunder-)schön, selbstbewusst, sexy, stolz (auf mich), nicht mehr traurig</i>

6 Abschließende Diskussion und Fazit

Wesentliche Bestimmungsstücke der kulturalanalytisch perspektivierten Körperakzeptanzpraxis auf der Social-Media-Plattform Instagram sind multimodale Praktiken (geflechte), die im Zeichen der (individuellen) Emanzipation von körperdiskriminierenden Gesellschaftsvorstellungen wie auch der Initiierung und Aufrechterhaltung von Gemeinschaftlichkeit stehen. Als zentral anzusehen ist dabei – auch aus sprachtheoretischer Sicht – die multimodale Konstruktion von geteilten Wissensbeständen bzw. Erfahrungen sowie identitätsstiftenden Werten bzw. ‚neuen‘ diversitätssensiblen Normen, die als handlungsleitende Grundsätze der Community fungieren. Die in den Mittelpunkt gerückten Körperakzeptanzakteurinnen ziehen eine deutliche Grenze zwischen der verbündeten und direkt adressierten Community (Ingroup) und dem kommunikationsideologisch aufgeladenen Außen, wie es sich im Konstrukt der (übergriffigen) Gesellschaft oder in Form von anschlusskommunikativ auffälligen Hater:innen (als Outgroup) manifestiert. Die erforschten Posts widmen sich wiederkehrend der Reflexion gesellschaftlicher Normen sowie deren Zurückweisung; an

deren Stelle etablieren die Akteurinnen eigene soziokulturelle Ordnungen, die die Inklusion und Wertschätzung verschiedenartiger und verschiedengewichtiger Körper relevant setzen. Was die kulturlinguistische Theoriebildung anbelangt, so zeigt sich an diesem Instagram-Beispiel insbesondere das Dilemma von Normabgrenzung bei zeitgleichem Aufrufen der zu überwindenden Normen, das im Falle zahlreicher diversitäts- und emanzipationsorientierter Diskurse zu beobachten sein dürfte. Der Versuch, sich kommunikativ von einer bislang geltenden Norm – z. B. mit Blick auf die Wahrnehmung und Bewertung weiblicher Körper – zu distanzieren und an deren Stelle neue Ordnungs- und Wertesysteme zu etablieren, geht beinahe zwangsläufig mit der Sichtbarmachung der abzulehnenden Positionierung einher. Eine Gefahr besteht folglich darin, die kulturelle Geltung dieser an sich zurückgewiesenen Norm zu verstärken.

Das soziale Medium Instagram zeichnet sich grundsätzlich durch ein hohes Maß an (bildlicher und sprachlicher) *Shareability* als eine zentrale (technisch unterstützte) Affordanz aus: Geteilt werden (verhältnismäßig) freizügige Fotografien wie auch sprachlich entworfene intime Einblicke in den (mental)en Privatraum. Mit dieser Offenheit kommen die Akteurinnen auf gewisse Weise dem wiederkehrend thematisierten und in den Kommentaren vielfach honorierten Authentizitätsanspruch nach; dass es sich bei den beleuchteten Posts dennoch um digital-kommunikative Artefakte einer Inszenierungspraxis, die von je eigenen digital-kulturell überformten Codiertechniken geprägt ist, handelt, steht außer Frage. Das Teilen der eigenen Geschichte – vor allem des individuellen Einstellungswandels – kann als eine Investition perspektiviert werden, die zur Steigerung der Identifikations- und Sympathisierungsmöglichkeiten und damit der Community-Bildung betrieben wird. Die Plattform Instagram ist sicherlich durch (mehr oder weniger subtile) Marketingstrategien geprägt: Die eigene Marke – als die Influencer:in – wird beworben; die Größe und Interaktivität mit der Followerschaft (= die Community) nimmt Einfluss auf Möglichkeiten und die Höhe der Werbeeinnahmen. So stehen bei einem Teil der erforschten Accounts auch Werbeeinhalte stärker im Vordergrund. Die herausgearbeiteten Praktiken der Vergemeinschaftung sollten demnach auch vor dem Hintergrund monetärer Zwecke reflektiert werden.

Was die kultur- und sprachtheoretische Fundierung dieses Beitrags anbelangt, so konnten die herausgearbeiteten multimodalen Muster sowohl in ihrem in mehrfacher Hinsicht konstruktiven Potenzial (vgl. Gardt 2018) beleuchtet als auch als soziale Praktiken (vgl. Reckwitz 2008, 2014; Schäfer 2016) perspektiviert werden: Mittels digital-kommunikativer Muster, die wesentlich auf der Relationierung von Bild und Sprache fußen, werden Körper hervorgebracht, Körpernormen reflektiert und neu entworfen; es werden Gruppen konstituiert und in ihren geteilten Werten, die multimodal zum Ausdruck kommen, bestätigt (vgl. Linke &

Schröter 2017). Zugleich bringen sich Individuen als soziale Akteur:innen hervor, indem sie unter Nutzung technologischer Angebote – als affordante Dingwelt verstanden – Selbstentwürfe teilen und auf eine entsprechende anschlusskommunikative Zusicherung hoffen. Dass die Dimensionen von Körper und Raum, Zeit und praktikenkennzeichnender Partizipationsstruktur, Medialität und Materialität in den Blick zu nehmen sind, um die beleuchtete Praxis angemessen beschreiben zu können, hat sich an zahlreichen Stellen der Auseinandersetzung gezeigt.

7 Literatur

- Alonso, Isabel, Silvia Molina & María Dolores Porto (2015): Multimodal Digital Storytelling. Integrating Information, Emotion and Social Cognition. In: María Jesús Pinar Sanz (Hrsg.): *Multimodality and Cognitive Linguistics*. Amsterdam: Benjamins, 147–164.
- Androutsopoulos, Jannis (2016): Mediatisierte Praktiken. Zur Rekontextualisierung von Anschlusskommunikation in den Sozialen Medien. In: Arnulf Deppermann, Helmuth Feilke & Angelika Linke (Hrsg.): *Sprachliche und kommunikative Praktiken*. Berlin: De Gruyter, 337–367.
- Ayaß, Ruth (2011): Kommunikative Gattungen, mediale Gattungen. In: Stephan Habscheid (Hrsg.): *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen*. Berlin: De Gruyter, 275–295.
- Beißwenger, Michael (2016): Praktiken in der internetbasierten Kommunikation. In: Arnulf Deppermann, Helmuth Feilke & Angelika Linke (Hrsg.): *Sprachliche und kommunikative Praktiken*. Berlin: De Gruyter, 279–309.
- Berger, Peter & Thomas Luckmann (1980): *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Birk, Frank Francesco & Sandra Mirbek (2021): Bodyshaming, Bodypositivity, Bodyneutrality und Bodydiversity. Körperlichkeit als zentrale (Anti-)Diskriminierungsthematik. In: *körper – tanz – bewegung* 3, 142–150.
- Bohnsack, Ralf (2022): Fotointerpretation. In: Robert Gugutzer, Gabriele Klein & Michael Meuser (Hrsg.): *Handbuch Körpersoziologie*. Bd. 2: *Forschungsfelder und Methodische Zugänge*. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, 595–612.
- Bourdieu, Pierre (1987): *Die feinen Unterschiede*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bubenhof, Noah, Daniel Knuchel & Larissa Schüller (2022a): Kulturlinguistik in der Schweiz. Eine Einführung in dieses Heft. In: *Germanistik in der Schweiz* 18, 3–13.
- Bubenhof, Noah, Daniel Knuchel & Larissa Schüller (2022b): Digitale Kulturlinguistik. Digitalität als Gegenstand und Methode. In: *Germanistik in der Schweiz* 18, 64–96.
- Bucholtz, Mary & Kira Hall (2016): Embodied Sociolinguistics. In: Nikolas Coupland (Hrsg.): *Sociolinguistics. Theoretical Debates*. Cambridge: Cambridge University Press, 173–197.
- Busse, Dietrich (2016): Einführung. Kulturwissenschaftliche Orientierung in der Sprachwissenschaft. In: Ludwig Jäger, Werner Holly, Peter Krapp et al. (Hrsg.): *Sprache – Kultur – Kommunikation. Ein internationales Handbuch zu Linguistik als Kulturwissenschaft*. Berlin: De Gruyter, 646–661.
- Caple, Helen (2020): Image-Centric Practices on Instagram. Subtle Shifts in ‚Footings‘. In: Hartmut Stöckl, Helen Caple & Jana Pflaeging (Hrsg.): *Shifts Toward Image-centricity in Contemporary Multimodal Practices*. London: Routledge, 153–176.
- Carr, E. Summerson (2010): Enactments of Expertise. In: *Annual Review of Anthropology* 39(1), 17–32.

- Deppermann, Arnulf, Helmuth Feilke & Angelika Linke (2016): Sprachliche und kommunikative Praktiken. Eine Annäherung aus linguistischer Sicht. In: Arnulf Deppermann, Helmuth Feilke & Angelika Linke (Hrsg.): *Sprachliche und kommunikative Praktiken*. Berlin: De Gruyter, 1–23.
- Diamond, Darla, Petra Pflaster & Lea Schmid (2017): *Lookismus. Normierte Körper. Diskriminierende Mechanismen. (Self-)Empowerment*. Münster: Unrast.
- Duttweiler, Stefanie (2013): Die Beziehung von Geschlecht, Körper und Identität als rekursive Responsivität. Eine Skizze. In: *Freiburger Zeitschrift für Geschlechterstudien* 19(2), 19–36.
- Frick, Karina (2022): Mediatisierte Praktiken der kollektiven Anteilnahme im Fokus metapragmatischer Kritik. In: Florian Busch, Pepe Droste & Elisa Wessels (Hrsg.): *Sprachreflexive Praktiken. Empirische Perspektiven auf Metakommunikation*. Stuttgart: Metzler, 199–219.
- Frommeld, Debora (2022): Vom guten Leben in einer Bildergesellschaft. Selbstoptimierung und Selbstvermessung als Kennzeichen moderner Gesellschaften. In: Loreen Dalski, Kirsten Flöter, Lisa Keil et al. (Hrsg.): *Optimierung des Selbst. Konzepte, Darstellungen und Praktiken*. Bielefeld: transcript, 29–51.
- Gardt, Andreas (2018): Wort und Welt. Konstruktivismus und Realismus in der Sprachtheorie. In: Ekkehard Felder & Andreas Gardt (Hrsg.): *Wirklichkeit oder Konstruktion?*. Berlin: De Gruyter, 1–44.
- Geertz, Clifford (1973): Thick Description. Toward an Interpretive Theory of Culture. In: Clifford Geertz: *The Interpretation of Cultures. Selected Essays*. New York: Basic Books, 3–30.
- Georgakopoulou, Alexandra (2016): From Narrating the Self to Posting Self(ies). A Small Stories Approach to Selfies. In: *Open Linguistics* 2(1), 300–317.
- Gugutzer, Robert (2002): *Leib, Körper und Identität. Eine phänomenologisch-soziologische Untersuchung zur personalen Identität*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Gumperz, John J. (1982): *Discourse Strategies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Günthner, Susanne (2013): Sprache und Kultur. In: Peter Auer (Hrsg.): *Sprachwissenschaft. Grammatik – Interaktion – Kognition*. Stuttgart: Metzler, 347–369.
- Horst, Dorothea & Silva H. Ladewig (2022): Medienästhetische Grundierung multimodal vermittelter Leiblichkeit am Beispiel eines Yoga-Tutorials. In: Martin Luginbühl & Dorothee Meer (Hrsg.): *Linguistische Studien zu Formen medialer Pseudo-Interaktion*. Frankfurt a. M.: Lang, 129–161.
- Jaffe, Alexandra (2009): Introduction. The Sociolinguistics of Stance. In: Alexandra Jaffe (Hrsg.): *Stance. Sociolinguistic Perspectives*. New York: Oxford University Press, 3–28.
- Jones, Rodney H. & Christoph A. Hafner (2021): *Understanding Digital Literacies. A Practical Introduction*. 2. Aufl. New York: Routledge.
- Klug, Nina-Maria (2023): „Das Gesetz der Schönheit wird von schlanken Frauen geprägt.“ Zur printmedialen Authentifizierung weiblicher Wirklichkeit im Nationalsozialismus. In: Fritz Markewitz, Stefan Scholl, Katrin Schubert et al. (Hrsg.): *Kommunikative Praktiken im Nationalsozialismus*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 41–60.
- Kroskrity, Paul V. (2001): Identity. In: Alessandro Duranti (Hrsg.): *Key Terms in Language and Culture*. Malden (MA): Blackwell, 106–109.
- Lautenschläger, Sina (2018): *Geschlechtsspezifische Körper- und Rollenbilder. Eine korpuslinguistische Untersuchung*. Berlin: De Gruyter.
- Leuckert, Sven (2020): Rethinking Community in Linguistics. Language and Community in the Digital Age. In: Bettina Jansen (Hrsg.): *Rethinking Community through Transdisciplinary Research*. Cham: Palgrave Macmillan, 111–125.
- Lindemann, Gesa (2017): Leiblichkeit und Körper. In: Robert Gugutzer, Gabriele Klein & Michael Meuser (Hrsg.): *Handbuch Körpersoziologie*. Bd. 1: *Grundbegriffe und theoretische Perspektiven*. Wiesbaden: Springer VS, 57–66.

- Linke, Angelika (2009): Sprache, Körper und Siegestesten. Eine Skizze zur historischen Normiertheit von sprachlichem wie körperlichem Gefühlsausdruck. In: Johannes Fehr & Gerd Folkers (Hrsg.): *Gefühle zeigen. Manifestationsformen emotionaler Prozesse*. Zürich: Chronos, 165–202.
- Linke, Angelika (2012): Körperkonfigurationen: Die Sitzgruppe. Zur Kulturgeschichte des Verhältnisses von Gespräch, Körpern und Raum vom 18. bis zum Ende des 20. Jahrhunderts. In: *Jahrbuch der Gesellschaft für germanistische Sprachgeschichte* 3, 185–214.
- Linke, Angelika (2016): Unordentlich, langhaarig und mit der Matratze auf dem Boden. Zur Protestsemiotik von Körper und Raum in den 1968er Jahren. In: Irene Nienhaus & Kathrin Heinz (Hrsg.): *Matratze/Matrize. Möblierung von Subjekt und Gesellschaft. Konzepte in Kunst und Architektur*. Bielefeld: transcript, 361–388.
- Linke, Angelika (2018): Kulturhistorische Linguistik. In: Arnulf Deppermann & Silke Reineke (Hrsg.): *Sprache im kommunikativen, interaktiven und kulturellen Kontext*. Berlin: De Gruyter, 357–384.
- Linke, Angelika & Juliane Schröter (2017): Sprache in Beziehungen – Beziehungen in Sprache. Überlegungen zur Konstitution eines linguistischen Forschungsfeldes. In: Angelika Linke & Juliane Schröter (Hrsg.): *Sprache und Beziehung*. Berlin: De Gruyter, 1–31.
- Lucius-Hoene, Gabriele & Arnulf Deppermann (2004): Narrative Identität und Positionierung. In: *Gesprächsforschung online* 5, 166–183.
- Marx, Konstanze & Sebastian Zollner (2020): Counter Speech in Sozialen Medien. Strategien digitaler Zivilcourage erlernen und anwenden. In: *Praxis Deutsch* 63(2), 24–28.
- Merten, Marie-Luis (2018): *Literater Sprachausbau kognitiv-funktional. Funktionswort-Konstruktionen in der historischen Rechtsschriftlichkeit*. Berlin: De Gruyter.
- Micus-Loos, Christiane & Melanie Plößer (2020): Die Macht von Körpernormen. Dekonstruktive Perspektiven auf berufliche Identitätskonstruktionen junger Frauen. In: *GENDER* 12(2), 149–164.
- Plewa, Moritz (2021): Me, My Selfie und I. Eine Genealogie digitalfotografischer Praktiken. In: *Mittelweg 36. Zeitschrift des Hamburger Instituts für Sozialforschung* 30(1), 15–39.
- Przyborski, Aglaja & Thomas Sluneko (2021): Qualitative Zugänge zu digitalisierten Körper- und Gesundheitspraxen. In: *Zeitschrift für Qualitative Forschung* 22(2), 179–186.
- Reckwitz, Andreas (2008): Praktiken und Diskurse. Eine sozialtheoretische und methodologische Relation. In: Herbert Kalthoff, Stefan Hirschauer & Gesa Lindemann (Hrsg.): *Theoretische Empirie. Zur Relevanz qualitativer Forschung*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 188–209.
- Reckwitz, Andreas (2014): Die Materialisierung der Kultur. In: Friederike Elias, Albrecht Franz, Henning Murmann et al. (Hrsg.): *Praxeologie. Beiträge zur interdisziplinären Reichweite praxistheoretischer Ansätze in den Geistes- und Sozialwissenschaften*. Berlin: De Gruyter, 13–25.
- Reckwitz, Andreas (2016): Praktiken und ihre Affekte. In: Hilmar Schäfer (Hrsg.): *Praxistheorie. Ein soziologisches Forschungsprogramm*. Bielefeld: transcript, 163–180.
- Reckwitz, Andreas (2018): Die Gesellschaft der Singularitäten. In: Hubertus Busche, Thomas Heinze, Frank Hillebrand et al. (Hrsg.): *Kultur. Interdisziplinäre Zugänge*. Wiesbaden: Springer VS, 45–62.
- Schäfer, Hilmar (Hrsg.) (2016): *Praxistheorie. Ein soziologisches Forschungsprogramm*. Bielefeld: transcript.
- Schäfer, Hilmar (2021): Der Gebrauch des Digitalen. Zur praxeologischen Analyse digitaler Kultur. In: *Mittelweg 36. Zeitschrift des Hamburger Instituts für Sozialforschung* 30(1), 3–14.
- Schäfer, Hilmar (Hrsg.) (2021): *Mittelweg 36. Zeitschrift des Hamburger Instituts für Sozialforschung. [Themenheft „Digitale Praktiken“]* 30(1).
- Schär, Clarissa (2021): Die Optimierung des Bildkörpers als imaginativer Akt. Analytische Bearbeitungsweisen von Eigenheiten fotografischer Selbstdarstellungen Jugendlicher und junger Erwachsener in digitalen sozialen Netzwerken. In: *Zeitschrift für Qualitative Forschung* 22(2), 207–223.

- Schlüter, Constanze, Gerda Kraag & Jennifer Schmidt (2021): Body Shaming. An Exploratory Study on Its Definition and Classification. In: *International Journal of Bullying Prevention* 5(2), 26–37. <https://doi.org/10.1007/s42380-021-00109-3>.
- Schmidt, Robert (2017): Praxistheorie. In: Robert Gugutzer, Gabriele Klein & Michael Meuser (Hrsg.): *Handbuch Körpersoziologie*. Bd. 1: *Grundbegriffe und theoretische Perspektiven*. Wiesbaden: Springer VS, 335–344.
- Schröter, Juliane (2016): *Abschied nehmen. Veränderungen einer kommunikativen Kultur im 19. und 20. Jahrhundert*. Berlin: De Gruyter.
- Schröter, Juliane (2022): Was ist Kulturlinguistik? Eine Antwort in fünf Thesen, durch drei Beispiele und mit einer Frage. In: *Germanistik in der Schweiz* 18, 45–63.
- Schröter, Juliane, Susanne Tienken & Yvonne Ilg (2019): Linguistische Kulturanalyse. Eine Einführung. In: Juliane Schröter, Susanne Tienken, Yvonne Ilg et al. (Hrsg.): *Linguistische Kulturanalyse*. Berlin: De Gruyter, 1–27.
- Schüttel, Anna-Maria Theres (2020): Schönheitsideal schlank?! Das weibliche Körperideal und dessen mediale Darstellung im historischen Wandel. In: Doreen Reifegerste & Christian Sammer (Hrsg.): *Gesundheitskommunikation und Geschichte. Interdisziplinäre Perspektiven*. Stuttgart: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V., 1–10.
- Spitzmüller, Jürgen (2022): *Soziolinguistik. Eine Einführung*. Berlin: Metzler.
- Stöckl, Hartmut (2020): Multimodality and Mediality in an Image-centric Semiosphere. A Rationale. In: Crispin Thurlow, Christa Dürscheid & Federica Diémoz (Hrsg.): *Visualizing Digital Discourse. Interactional, Institutional and Ideological Perspectives*. Berlin: De Gruyter, 189–202.
- Stöckl, Hartmut, Helen Caple & Jana Pflaeging (2020): Shifts Toward Image-centricity in Contemporary Multimodal Practices. An Introduction. In: Hartmut Stöckl, Helen Caple & Jana Pflaeging (Hrsg.): *Shifts Toward Image-centricity in Contemporary Multimodal Practices*. London: Routledge, 1–16.
- Thome, Sebastian (2016): „Es ist der Geist, der sich den Körper baut.“ Aspekte der sprachlichen Konstruktion geschlechtsspezifischer Körperlichkeit. In: *Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur* 12(1), 1–25.
- Tienken, Susanne (2013): Sharing. Zum Teilen von Erzählungen in Onlineforen. In: Laura Alvarez Lopez, Charlotta Seiler Brylla & Philip Shaw (Hrsg.): *Computer-mediated Discourse across Languages*. Stockholm: Stockholm University Press, 17–43.
- Wilk, Nicole M. (2002): *Körpercodes. Die vielen Gesichter der Weiblichkeit in der Werbung*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Wilk, Nicole M. (2004): *Verstehen und Gefühle. Entwurf einer leiborientierten Kommunikationstheorie*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Zappavigna, Michele (2017): Evaluation. In: Christian R. Hoffmann & Wolfram Bublitz (Hrsg.): *Pragmatics of Social Media*. Berlin: De Gruyter, 435–458.
- Zhao, Sumin & Michele Zappavigna (2018): Beyond the Self. Intersubjectivity and the Social Semiotic Interpretation of the Selfie. In: *New Media & Society* 20(5), 1735–1754.

