

Schriften zur Medienpädagogik 55

Medienbildung für alle

Digitalisierung. Teilhabe. Vielfalt.

Marion Brüggemann
Sabine Eder
Angela Tillmann(Hrsg.)

Schriften zur Medienpädagogik 55

Dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend danken wir für die Förderung des vorliegenden Bandes.

Herausgeber

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland (GMK) e.V.

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle
Oberstr. 24a
D-33602 Bielefeld
Fon: 0521.67788
Fax: 0521.67729
Email: gmk@medienpaed.de
Website: www.gmk-net.de

Für namentlich gekennzeichnete Beiträge sind die Autorinnen und Autoren verantwortlich.

Redaktion: Marion Brüggemann, Sabine Eder, Angela Tillmann, Tanja Kalwar

Lektorat: Tanja Kalwar

Einbandgestaltung und Titelillustration: Katharina Künkel

Druck: Memminger MedienCentrum, Memmingen

© kopaed 2019
Arnulfstraße 205
80634 München
Fon: 089.68890098
Fax: 089.6891912
Email: info@kopaed.de
Website: www.kopaed.de

ISBN 978-3-86736-555-0
e-ISBN 978-3-86736-643-4

Sonja Ganguin/Ronja Schlemme

Mediennutzung blinder Menschen und Implikationen für die inklusive Medienbildung

„Inklusion verstehe ich als Einbeziehung der unterschiedlichsten Menschen, egal welche Behinderung, egal welche Einschränkung, von vorneherein, also nicht nachträglich, sondern von Anfang an.“ (Udo, 62 Jahre)

Dieses Verständnis von Inklusion umfasst in unserer mediatisierten Lebenswelt auch Möglichkeiten zur medialen Teilhabe. Udo ist seit seiner Kindheit blind. Sein Medienhandeln und die Möglichkeiten zur Medienbildung unterscheidet sich auf den ersten Blick nicht vom Medienhandeln nicht-blinder Menschen in seinem Alter: Er hat Zugang zu diversen Medien, hört morgens beim Aufstehen Radio, beim Frühstück diskutiert er den Film vom Vorabend mit seiner Frau. Er hat sich auch gerade einen neuen Computer gekauft, der darauf wartet, eingerichtet zu werden. Mediales Handeln gehört für ihn zum Alltagshandeln. Allerdings entwickelt Udo auch spezifische Strategien im Umgang mit Medien, die nicht-blinden Menschen nicht unbedingt geläufig sind. Teils mangelt es an einem Verständnis für die Mediennutzung blinder Menschen (vgl. Huber 2004: 9). So stehen Menschen mit Behinderung auch nur selten im Fokus der Medienrezeptionsforschung. Laut Bosse und Hasebrink (vgl. 2016: 11) fehlen vor allem Untersuchungen, welche die Perspektiven der Mediennutzer*innen mit Beeinträchtigungen in den Blick nehmen.

Im folgenden Beitrag wird daher anhand einer explorativen Studie mit sechs (er)blinde(te)n Menschen einerseits gezeigt, in welcher Weise blinde Menschen Medien nutzen und welche Herausforderungen sie im Medienhandeln bewältigen. Anknüpfend daran werden Implikationen für die Konzeption einer inklusiven Medienbildung abgeleitet.

Inklusion und Medien

„Inklusion“ betitelt Zeitschriftenartikel, gewinnt Preise, wird gefordert und gefördert: Sie ist „[e]ine Chance für die Vielfalt“ (Süddeutsche Zeitung 2018: 1) und gelingt, „[...] wenn Unterschiedlichkeit zum Ziel führt“ (Aktion Mensch). Inklusion ist ein Paradigma (vgl. Dammer 2011; Rauh 2016; Schwalb/Theunissen 2012) und ein Menschenrecht (vgl. Degener 2016). In der öffentlichen Debatte ist Inklusion ein medienwirksames Schlagwort (vgl. Cramer/Harant 2014: 639; Katzenbach 2015: 22) und wird meist auf bildungspolitische Aspekte bezogen (vgl. Braunert-Rümenapf 2017: 1).

In der Literatur wird häufig auf das Desiderat einer eindeutigen Definition von Inklusion verwiesen. Katzenbach (vgl. 2015: 22) warnt sogar vor einer Verwahrlosung des Begriffs durch eine beliebige Verwendung, während Cramer und Harant (2014) die Entwicklung zu einem Containerbegriff bemängeln. Laut Bosse (vgl. 2017: 22) hat sich in der Medienpädagogik bis heute noch kein eindeutiges Begriffsverständnis verankert.

Unter Einbezug und in der Auseinandersetzung unterschiedlicher Perspektiven und Disziplinen (vgl. z.B. Mogge-Grotjahn 2012; Schluchter 2012, 2016; Wansing 2015; Bosse 2017; Braunert-Rümenapf 2017) ergibt sich auf einer individuellen Ebene von Inklusion die *Befähigung des Subjekts zur kommunikativen Teilhabe*. Auf gesellschaftlicher Ebene erfordert Inklusion die Änderung von sozialer Struktur und Praxis, um Zugänge zu allen gesellschaftlichen Systemen zu schaffen und Teilhabe zu ermöglichen. Inklusion besitzt demnach einen Prozesscharakter und ist gleichzeitig die Zielvorstellung nach einem menschenrechtlichen Prinzip, das Differenz und Anerkennung verhandelt.

In vielen alltäglichen Teilhabebereichen stehen Menschen mit Beeinträchtigungen oder Behinderungen vor Zugangsbarrieren. Neben Alltagsnotwendigkeiten wie einkaufen, kochen und Haushaltsführung sind ihnen kulturelle Lebensbereiche wie Freizeit, Erholung oder Sport ohne assistive Technologien nicht selbstverständlich zugänglich. Letztere befähigen Menschen mit Behinderung zu mehr Selbstständigkeit und eigenständiger Kontrolle über ihr Leben, schaffen Teilhabemöglichkeiten, unterstützen Partizipation und ermöglichen oder erleichtern die Interaktion mit Mitmenschen. Assistive Technologien werden entwickelt „[...] to improve the functional capabilities of people with disabilities“ (Boucher 2018: 4). Nach Najemmik und Zorn (vgl. 2016: 1091) dienen sie der Kompensation von Einschränkungen und erhöhen die Möglichkeiten der Partizipation und Interaktion. Sie reichen von der Lesebrille über den Blindenstock bis hin zum Screen-Reader. Auch Mainstreamtechnologie wie *Google Maps* – zur

Unterstützung bei der Navigation – ist hier anzuführen. Umgekehrt werden ursprünglich für Menschen mit Behinderung entwickelte Technologien auch von nicht-behinderten Nutzer*innen angewendet (z.B. die Sprachsteuerung bei Smartphones) (vgl. Boucher 2018: 4). Assistive Technologien umfassen eine haptische Unterstützung, Mobilitätshilfen, Zugangshilfen zu Information und zu Kommunikation (z.B. zum Fernseher, Computer, Internet) sowie Unterstützungshilfen im Alltag (z.B. beim Kochen und Einkaufen durch technische Haushaltshilfen) (vgl. Nierling et al. 2018: 7f.).

Neben den etablierten und prominenten technischen Hilfsmitteln wurden in den letzten Jahren gerade für mobile Medien zahlreiche Anwendungen zur Unterstützung im Alltag blinder Menschen entwickelt. Hierzu zählen *ColorSay* – eine App zur Farberkennung – und *Blindsquare* – eine App zur Navigation. Letztere verbindet sich mit herkömmlichen Navigations-Apps wie *Google Maps* und ergänzt berechnete Routen durch Beschreibungen der Umgebung. Mit der App *Barcoo* kann der Strichcode auf Produkten beim Einkaufen gescannt werden, um Produktinformationen zu erhalten, *TapTapSee* liefert Beschreibungen von Gegenständen, die man fotografiert hat, und *GRETA* unterstützt Kinobesuche durch Audiodeskriptionen. Darüber hinaus wurden auch interaktive Apps wie *Be My Eyes* entwickelt. Die App *Be My Eyes* ermöglicht es blinden Menschen, „Live-Hilfe“ von sehenden Freiwilligen zu erhalten: Per Videochat werden blinde und sehende Menschen vernetzt, um gemeinsam Hürden im Alltag zu meistern. Die meisten Apps sind kostenlos und funktionieren auf den Betriebssystemen iOS und Android. Es gibt allerdings auch kostenpflichtige Apps wie den *KNFB-Reader*, mit dem Texte, wie zum Beispiel Speisekarten, eingescannt und vorgelesen werden können. Viele dieser Apps unterstützen blinde und sehbehinderte Menschen im Alltag. Allerdings gibt es bisher kaum empirische Daten über ihre Nutzung und Bewertung.

Stand der Forschung: Mediennutzung von Menschen mit Behinderung

Obwohl die Chancen, die Medien zur Teilhabe von Menschen mit Behinderung anbieten, immer häufiger thematisiert werden (vgl. Schluchter 2012, 2016; Zorn 2015), ist in Bezug auf die Mediennutzung von Menschen mit Behinderung sowohl in Deutschland als auch international eine Forschungslücke vorhanden. Nur wenige Studien untersuchen die Art und Weise, wie Menschen mit Behinderung Medien (im Alltag) nutzen. Existierende Studien sind vor allem explorativer und qualitativer Art oder konzentrieren sich auf einzelne Medien. Basisuntersuchungen zum Medienumgang von

Kindern und Jugendlichen (z.B. KIM- und JIM-Studien) und repräsentative Mediennutzungsstudien (z.B. ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation) erfassen das Merkmal Behinderung bisher nicht (vgl. Bosse 2017: 23).

Folglich ist bisher wenig über die Mediennutzung von Menschen mit Behinderung bekannt. Allerdings wurde in einer frühen Studie der Aktion Mensch (vgl. Berger et al. 2010) die Internetnutzung von Menschen mit Behinderungen in den Forschungsmittelpunkt gestellt. Eine erste breit angelegte Untersuchung, die diese Zielgruppe fokussiert, ist die Studie „Mediennutzung von Menschen mit Behinderungen“ (vgl. Bosse/Hasebrink 2016). Hier wird die Mediennutzung von Menschen mit Hör-, Seh-, und Mobilitätseinschränkungen sowie von Menschen mit Lernschwierigkeiten mittels qualitativer und quantitativer Methoden untersucht.

Eine der frühesten Annäherungen, speziell an die Zielgruppe blinder Menschen, stellt die Arbeit von Huber (2004) dar. Die Autorin untersucht die Nutzung klassischer Medien (Zeitungen, Bücher, Radio und Fernsehen) durch blinde Menschen. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass Medien im Alltag blinder Menschen fest integriert sind, ihnen aber insgesamt nicht das gleiche Angebotsspektrum zur Verfügung steht wie nicht-blinden Menschen. Vor allem Tageszeitungen sind blinden Menschen nicht zugänglich. Weiter stellt sie fest, dass Blindheit – verglichen mit anderen strukturellen Aspekten wie der berufliche Hintergrund und die formale Bildung – kein dominierender Einflussfaktor in Bezug auf die Medienbewertung ist. Franke (2016) untersuchte 12 Jahre später mittels Interviews ebenfalls die Mediennutzung blinder Menschen. Der Schwerpunkt lag dabei allerdings auf mobilen Medien im Alltag blinder Menschen. Als ein Ergebnis konstatiert er eine geringe Angebotsdichte an barrierefreien Angeboten. Barrieren ergeben sich durch Flashs, Captchas, unstrukturierte Webseiten, Informationsüberflutung und stark visualisierte Beiträge. Franke beschreibt diese Barrieren als Resultat einer Ausrichtung des deutschen Mediensystems auf nicht-behinderte Nutzer*innen. Gleichzeitig ermittelt Franke Potentiale von mobilen Medien für die Bewältigung des Alltags und die gesellschaftliche Teilhabe (vgl. Franke 2016: 79f.). In diesem Kontext sind zudem die Ergebnisse von Bosse und Hasebrink (vgl. 2016: 35) interessant, die auch die verwendeten Hilfsmittel im Kontext der Mediennutzung blinder Menschen untersucht haben. Danach sind die am häufigsten verwendeten Hilfsmittel in der Gruppe der Sehbeeinträchtigten der Blindenstock und die Brailleschrift. Etwas weniger als die Hälfte der Befragten nutzt die Spracherkennungssoftware mobiler Endgeräte und ungefähr ein Drittel nutzt zur Unterstützung Braillezeile, Screenreader, Sprachausgabe und Daisy-Player.

Name	w/m	Alter	Ausbildung	Beruf	Angaben zur Erblindung
Beata	w	42	Kaufmännische Ausbildung	Mitarbeiterin im Tonstudio	geburtsblind
Anne	w	38	Studium Dolmetschen	Freie Übersetzerin und Korrekturleserin Blindenschriftproduktion	geburtsblind
Emre	m	48	Kaufmann für Telekommunikation	Berater Online-Unterstützungs- und Informations-Service	geburtsblind
Fabian	m	65	Studium Historiker, wissenschaftlicher Dokumentar	Rentner (vorher Journalist)	angeborene Seheinschränkung, im Studium vollständig erblindet
Udo	m	62	Studium Jura, wissenschaftlicher Dokumentar	Berater Online-Unterstützungs- und Informations-Service	angeborene Seheinschränkung, als Kind vollständig erblindet
Carla	w	52	Ausbildung zur Facharbeiterin für Schreibtechnik	Korrekturleserin in der Blindenschriftproduktion	geburtsblind, vor kurzem zusätzlicher Verlust der Kontrasterkennung (hell/dunkel)

Tab 1: Übersichtstabelle der Interviewten

Deutlich höher fällt die Nutzung dieser Hilfsmittel für die Internetnutzung nach der Studie von Berger et al. (2010) aus, die im Vergleich gezielt die Internetnutzung untersuchten. Hiernach nutzen 91 Prozent der befragten Blinden einen Screenreader, 85 Prozent eine Braillezeile und 70 Prozent Sprachausgabe (vgl. Berger et al. 2010: 16). Ein weiteres Hilfsmittel für

blinde oder sehbehinderte Menschen ist die Audiodeskription. Sie dient zur Unterstützung bei der Rezeption audiovisueller Medien.

Ein vorläufiges Fazit des Stands der Forschung ist, dass blinde Menschen analoge und digitale Medien vielfältig nutzen und teilweise auch zur Bewältigung verschiedener Herausforderungen im Alltag einsetzen. Allerdings ist der Zugang zu medialen Angeboten teilweise abhängig von technischen Hilfsmitteln und wird durch verschiedene Barrieren erschwert.

Forschungsdesign

Der bisherige Forschungsstand zeigt, dass die mediale Teilhabe von blinden Menschen einerseits mit Herausforderungen verbunden ist. Andererseits bieten Medien auch ihnen Potentiale zur Bewältigung und selbstständigen Gestaltung des Alltags. Zur Erweiterung des Forschungsstands wird im Folgenden eine eigene Studie vorgestellt, die durch qualitative Verfahren die Perspektive der Betroffenen in den Mittelpunkt der Forschung stellt. Es wurden insgesamt sechs Teilnehmer*innen im Alter von 38 bis 65 Jahren aus Mitteldeutschland für die qualitative Studie befragt. Die Untersuchungsgruppe setzt sich aus drei weiblichen und drei männlichen Teilnehmer*innen zusammen, wobei die weiblichen Befragten im Durchschnitt jünger sind (38 bis 52) als die männlichen (42 bis 65). Alle Befragten, bis auf Fabian, der seit einem Jahr Rentner ist, sind erwerbstätig. Beata, Carla, Emre und Anne sind seit ihrer Geburt blind. Bei Fabian und Udo bestand zunächst eine angeborene Sehbehinderung, der Verlust des Sehrestes erfolgte bei Udo in der Kindheit, Fabian erblindete als junger Erwachsener zu Beginn des Studiums. Tabelle 1 dient der Übersicht über die Untersuchungsgruppe.

Den Mittelpunkt der Forschung bilden problemzentrierte Interviews, die mit den Teilnehmer*innen geführt wurden. Die Methode des problemzentrierten Interviews zielt auf die möglichst unvoreingenommene Erfassung individueller Handlungsweisen, Erfahrungen und Wahrnehmungen der Forschungssubjekte ab. Der Erkenntnisgewinn erfolgt in der Erhebung und Auswertung sowohl durch deduktive als auch durch induktive Prozesse. Theoretisches Vorwissen dient dabei als Referenzrahmen zur Konzeption des Leitfadens und zur Vorinterpretation. Durch den Leitfaden wird eine *Problemzentrierung* erreicht. Zur Auswertung dient die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2015), kombiniert mit den Ansätzen der Grounded Theory nach Glaser und Strauss (2005). Die Auswertung erfolgte mithilfe der Software MAXQDA.

Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse bezüglich der Mediennutzung der Befragten zusammengefasst, auf wahrgenommene Unterschiede zur Mediennutzung sehender Menschen eingegangen sowie auf Herausforderungen der Mediennutzung blinder Menschen bzw. Menschen mit Sehbehinderung und deren Umgang mit Barrieren.

Mediennutzung und Zugänglichkeit von Medien

Medien gehören zum selbstverständlichen Alltag der Befragten. Von den Interviewten werden Fernseher, Radio, Computer und Smartphone in der Freizeit regelmäßig genutzt. Das Smartphone ist für die Befragten das wichtigste Medium im Alltag; alle Interviewten, bis auf Anne, verwenden ein iPhone. Fernsehen findet vor allem bewusst und fokussiert im sozialen Rahmen (z.B. als gemeinsame Aktivität mit der Partnerin/dem Partner) statt. In der Regel werden Spielfilme (Udo, Beata, Fabian), Dokumentationen (Emre) und Nachrichtensendungen (Udo) rezipiert. Nur Carla nutzt den Fernseher als Nebenbei-Medium zu Hause, erledigt Alltagsangelegenheiten und schaut dabei manchmal Kinderserien. Alle Befragten hören regelmäßig Radio, dies sowohl unterhaltungs- als auch informationsorientiert.

Als einzige der Befragten nutzt Carla *Alexa* und *Google Home*; diese liefern ihr einerseits Bedienungshilfen, um zum Beispiel Radiosender abrufen zu können; andererseits dienen sie zur Unterhaltung. Dabei scheint neben Medieninhalten vor allem die Auseinandersetzung mit der Technik an sich (die „Spielerei“) interessant. Udo dagegen reagiert skeptisch auf diese Technologie und befürchtet, dadurch „ausespioniert“ zu werden. Zur medienvermittelten Kommunikation nutzen die Befragten E-Mails, *WhatsApp* oder Telefon. Carla kommuniziert mit ihren Freunden und Freundinnen häufig über *TeamSpeak*. Als einzige der Befragten hat sie zur Kontaktsuche Online-Dating-Portale ausprobiert.

Im Bereich der Information nutzen die Interviewten vor allem das Internet. Sie rezipieren Online-Zeitschriften, recherchieren und verwenden Nachschlagewerke wie *Wikipedia* oder *DUDEN*. Darüber hinaus werden Foren oder Mailinglisten zum Austausch oder zur Informationsbeschaffung verwendet. In der Fernseh- und Radionutzung sind ebenfalls Informationsaspekte relevant.

Bücher haben für alle Befragten einen hohen Stellenwert, wenngleich sich dies nicht zwangsläufig in der Nutzungshäufigkeit spiegelt. Da das Lesen in Brailleschrift sehr zeitintensiv ist, verbringen die Studienteilnehmer*innen teilweise weniger Zeit mit Lesen, als sie subjektiv für richtig halten oder

möchten. Das Lesen in Brailleschrift dient zum Teil auch der Übung. Alle Befragten rezipieren Hörbücher (Udo auch mit der Partnerin) zu Hause und unterwegs. Diese werden inzwischen meistens über das Smartphone und nicht mehr über den Daisy-Player abgespielt.

Die Befragten gehen insgesamt eher selten ins Kino, führen dies aber nicht in erster Linie auf die Blindheit zurück. Teilweise entspricht das aktuelle Angebot nicht den Genrepräferenzen und wird als zu *actionlastig* empfunden; bei anderen Befragten ist der seltene Kinobesuch bedingt durch Zeitallokationen oder ein generell geringes Interesse an Filmen. Alle Teilnehmer*innen kennen die *GRETA*-App, die Audiodeskriptionen und Untertitel im Kino auf dem eigenen Smartphone zugänglich machen, allerdings hat sie bisher noch niemand von ihnen ausprobiert.

Die Betrachtung der Mediennutzung der Befragten bestätigt, dass sich Medien in ihrem alltagskulturellen Handeln fest etabliert haben. Für alle Studienteilnehmer*innen gibt es mehr als ein Medium, dem sie in ihrem Alltag besondere Bedeutung zuschreiben. Diese Wertschätzung von Medien begründen sie teilweise auch darin, dass Medien die gesellschaftliche Teilhabe ermöglichen und Autonomiepotentiale eröffnen. Beim Interview mit Fabian zeigt sich, dass Medien zu Beginn der Erblindung zum Einsatz kamen, um den Studienalltag zu bewältigen (Tonbandgerät zur Aufzeichnung von Vorlesungen). Fabian führt im Interview an, dass durch die Entwicklung der Computertechnologie heute mehr Fachliteratur in Brailleschrift zugänglich ist. Weiter sieht er es als Vorteil an, dass die Kommunikation mit Behörden über barrierefreie PDFs erfolgen kann, sodass blinde Menschen hierzu nicht mehr auf die Hilfe sehender Menschen angewiesen sind. Das Internet bietet zum einen einfache Zugänge zu Wissen und Information, zum anderen erleichtert es die Haushaltsführung durch die Möglichkeit, Einkäufe online zu erledigen, so die Befragten. Aber auch die Audiodeskriptionen im Kino, im Theater und im Fernsehen ermöglichen den Interviewten kulturelle Teilhabe.

Insgesamt sind die Nutzungspräferenzen und -routinen der Befragten vor allem durch eine ausgeprägte Smartphone-Nutzung gekennzeichnet. Einige Studienteilnehmer*innen ziehen in ihrer Freizeit das Smartphone durch seine konvergenten und ubiquitären Eigenschaften immer häufiger dem Computer vor. Beim Smartphone zeigen sich auch die stärksten Bindungen. Sie kommen zum Einsatz, um die Mobilität zu erhöhen und die Navigation zu erleichtern. Sprachassistent*innen können das Verfassen von Nachrichten vereinfachen. Auf die Frage, auf welche Apps die Interviewten am wenigsten verzichten können, gaben die Befragten folgende Apps an: In Bezug auf die physische Mobilität werden vor allem *BlindSquare*, der

Abfahrmonitor und der *Deutsche-Bahn-Navigator* genutzt. *BlindSquare* ist eine GPS-App, die speziell für blinde Menschen und Menschen mit Sehhinderung entwickelt wurde. Es werden einerseits Informationen über die Umgebung angesagt, während eine Person unterwegs ist, darüber hinaus kann auch über eine Suchfunktion ein spezifischer Ort gewählt werden. Die App gibt dann Auskunft über diesen Ort und bietet die Möglichkeit der Navigation. Der *Abfahrmonitor* gibt Auskunft über die Abfahrtszeiten öffentlicher Verkehrsmittel an Haltestellen in Deutschland. Die App verfügt darüber hinaus über eine Suchfunktion und kann ausgehend vom Standort der Nutzer*innen die nächste Haltestelle bestimmen und die abfahrenden Bahnen oder Busse ansagen. Der *DB-Navigator* wird von den Befragten häufig verwendet, um gezielt längere Reisen zu planen.

Im Bereich der kommunikativen Mobilität mit dem Smartphone wird von allen Interviewten – bis auf Carla – *WhatsApp* zur Kommunikation genutzt. Dabei wird die Funktion der Spracheingabe und -ausgabe verwendet oder auch die Möglichkeit der Sprachnachricht genutzt. Auch Videos und Fotos werden über *WhatsApp* ausgetauscht. Dies ist ein spannender Aspekt, der sich dann auch in dem Nutzen von Foto-Apps bei den Befragten wiederfindet. Denn einige Studienteilnehmer*innen nutzen ihre Smartphones auch gerne zum Fotografieren. Dabei dienen die Fotografien vor allem dazu, sich über Erlebnisse auszutauschen. So gibt Anne ihr Smartphone im Urlaub zum Beispiel an eine sehende Person und lässt ein Foto von einer besonders schönen Landschaft machen, um sehenden Freunden zeigen zu können, wie ihr Urlaubsort aussah. Auch Fabian macht manchmal Fotos im Urlaub. Dazu sucht er sich meist Unterstützung, um nicht zu verwackeln und den richtigen Bildausschnitt zu treffen. In anderen Fällen nutzt er auch die Gesichtserkennung des *iPhones*. Im Umgang mit der Gesichtserkennung des *iPhones* fühlt er sich sicher und führt dieses auch während des Interviews vor. Diese Bilder nutzt er dann auch als Statusbilder in sozialen Netzwerken. Es findet hier folglich eine Perspektivenerweiterung für nicht-blinde Menschen statt. Fotos werden auch für Statusbilder auf sozialen Netzwerken genutzt. Beata hat beispielsweise ein Foto von ihrer Hündin eingestellt. Bei der Auswahl des Fotos haben ihr sehende Freund*innen geholfen. Weiterhin werden auch Fotos und Videos von Familienmitgliedern und von Enkelkindern untereinander ausgetauscht. Die Verwandte und Freunde, die Fotos schicken, sind dafür sensibilisiert, ausführliche Beschreibungen der Fotos oder Videos mitzusenden.

Weitere Apps, die von den Interviewten gerne genutzt werden, sind Radio-Apps wie etwa *MDR-Audio* und *TuneIn*, eine App, die das Streaming von Radiosendern ermöglicht. Beide sind sehr beliebt und wurden von al-

len Befragten als präferierte Apps genannt, die auch unterwegs genutzt werden, etwa um regionale Nachrichten zu verfolgen.

Schließlich spielt auch der alltägliche Einkauf mit dem Smartphone im Lebensalltag der Befragten eine entscheidende Rolle. So werden etwa die *Amazon*-App oder die *Rewe*-App regelmäßig genutzt, um alltägliche Einkäufe zu erledigen. Besonders Beata empfindet diese Möglichkeit als Erleichterung, da sie so selbstständig einkaufen kann.

Im Bereich der Unterhaltung führen die Befragten häufig *YouTube* an, wobei das Musik hören hier im Vordergrund steht. So hat sich beispielsweise Anne eine eigene Playlist erstellt; sie nutzt YouTube etwas intensiver als die anderen Teilnehmer*innen. Aber auch Emre nutzt die Plattform in erster Linie zum Musik hören. Während die meisten Befragten eine neutrale bis positive Haltung gegenüber der Plattform zeigen, kommt Fabian zu einer abwertenden Einschätzung der Medieninhalte. Er ist auch der Meinung, dass YouTube durch seine stark visuellen Inhalte kein Medium für blinde Menschen ist.

Weiter ist interessant, dass *Facebook* für den Aufbau oder die Pflege von freundschaftlichen Beziehungen für alle Befragten bedeutungslos ist. Obwohl Emre *Facebook* gelegentlich nutzt, bezeichnet er sein Medienhandeln auf der Plattform nicht als Kommunikation. Insgesamt lässt sich bei allen Befragten eine eher ablehnende Haltung gegenüber *Facebook* beobachten. Die Gründe der ablehnenden Haltung divergieren zwischen der empfundenen Bildlastigkeit, der Trivialität der Kommunikationsinhalte, der verhältnismäßig komplizierten Bedienung und dem Kommunikationsverhalten der *Facebook*-Community. Einige der Befragten betonen im Interview sehr deutlich die Nichtnutzung und weisen darauf hin, dass die Plattform nicht ihren Kommunikationsbedürfnissen entspricht. Dieses gilt ebenfalls für Computerspiele. Während dies für die meisten Befragten keine Einschränkung darstellt, da sie das Spielen nicht vermissen, kritisieren Emre und Carla das Fehlen von Computerspielen für blinde Nutzer*innen.

Obwohl bei den Interviewten viele Gemeinsamkeiten in der Mediennutzung zu finden sind, lassen sich auch Besonderheiten aufzeigen. Um die Besonderheiten in den Fällen zu veranschaulichen, wurden den Interviewten unterschiedliche Labels zugeschrieben, die ihre besondere Art der Mediennutzung hervorheben (vgl. Tabelle 2).

Es wurde insgesamt in den Interviews deutlich, dass unterschiedliche Bedürfnisse die jeweilige Nutzung sowie Aneignungspraktiken beeinflussen können. So haben Medien beispielsweise für Carla auch eine Eskapismusfunktion. Bei ihr lassen sich beim Musikhören auch Tendenzen zum *mood management* (vgl. Zillmann 1988) beobachten.

Name	Label	Besonderheit Mediennutzung
Carla	die Eskapistin	nutzt Medien, um der Realität für kurze Zeit zu entkommen und „[...] sich in seine Welt einspinnen“ (Z. 561). Sie dienen ihr dazu, abzuschalten und auf andere Gedanken zu kommen.
Fabian	der Neugierige	zeigt sich besonders neugierig gegenüber Möglichkeiten des Ausdrucks durch Medien, benötigt aber Unterstützung, um diese für sich zu erschließen.
Udo	der Einfallsreiche	betont im Interview ein hohes Informationsbedürfnis. Er hat eine besonders situationsspezifische Mediennutzung und integriert auch ungewöhnliche Medien wie Wikifone in seinen Medienalltag.
Beata	die Resolute	hat Medienrituale in ihren Alltag etabliert. Sie wendet keine Mittel (Zeit und Geld) auf, wenn Medien ihren Bedürfnissen nicht entsprechen.
Emre	der Selbstbewusste	zeigt die wenigsten Bedenken oder Schwierigkeiten bei der Medienaneignung und verfolgt nach eigener Einschätzung eine pragmatische Medienselektion.
Anne	die Bodenständige	Medien müssen Nutzen bieten, um in ihr Medienrepertoire aufgenommen zu werden (Z. 463).

Tab. 2: Nutzungstypen

Insgesamt zeigen die Ergebnisse damit auf, dass das Medienhandeln blinder Menschen nicht pauschalisiert werden kann, trotz der teils technischen Einschränkungen kein typischer Mediennutzungsstil zu erkennen ist.

Wahrgenommene Unterschiede im Medienhandeln blinder und nicht-blinder Menschen

Fabian betrachtet sich als blinder Mensch in einer Welt der Sehenden. Diesbezüglich scheint es für ihn nicht verwunderlich, dass die Medienlandschaft durch visuelle Inhalte geprägt ist. Einige Medienangebote wie *Facebook* und *YouTube* und Medienpraktiken wie das Fotografieren sind für ihn Teile dieser, auf sehende Menschen ausgelegten Angebotsstruktur. Auch Carla geht davon aus, dass sehende Menschen Medien anders nutzen und der Bedeutungsgehalt von Plattformen wie *Facebook* sich für sie deswegen nicht erschließt.

Darüber hinaus sind bestimmte Softwareprobleme, mit denen blinde Menschen konfrontiert sind, für sehende Menschen teilweise nicht nachvollziehbar, da sie nicht auf Screenreader angewiesen sind und Programme grundsätzlich anders nutzen. Bildschirminhalte verändern sich in der Übertragung mit Screenreadern, es gibt beispielsweise kein „oben“ und „unten“ (Beata, Z.180-189). Das erschwert die Kommunikation mit Sehenden. Des Weiteren sind Probleme mit Software für sehende Menschen in einigen Fällen schneller und unkomplizierter zu lösen: „[...] und der Sehende macht ‚Klick, Klick‘ und das war’s. Das ist einfach unfair“ (Beata, Z.676-678).

Relevante Unterschiede zeigen sich auch beim Fernsehen. Hier ist die Audiodeskription für blinde Nutzer*innen ein wichtiges Hilfsmittel. Udo beschreibt, dass seine Partnerin beim gemeinsamen Fernsehen durch die Audiodeskription irritiert ist. Damit für beide ein genussvolles Fernsehen im sozialen Rahmen möglich ist, muss erneut eine Sonderlösung gefunden werden – in diesem Beispiel trennt Udo den Audiokanal und benutzt Kopfhörer.

Weiterhin beschreibt Anne ein Problem, das in der Ausrichtung der Gesellschaft auf sehende Menschen resultiert: die Bewerbung von Veranstaltungen durch Plakate. Vor allem über lokale Veranstaltungen können sich sehende Menschen spontan und ohne gezielte Suche informieren, indem sie zum Beispiel auf dem Weg zur Arbeit an einem Plakat vorbeilaufen. Für blinde Menschen ist dieser Informationsweg nicht möglich.

Herausforderungen der Mediennutzung und der Umgang mit Barrieren

Die Befragten beobachten eine stetige Weiterentwicklung zu barrierefreien oder unterstützenden Angeboten. Vor allem die Einbindung blinder Menschen in die Programmentwicklung wird lobend erwähnt. Nach Einschätzung der Befragten werden ebenfalls immer mehr Bemühungen unternommen, Webseiten barrierefrei zu gestalten. Dennoch weisen die Befragten gerade bei der Nutzung des Internets weiterhin auf vielfältige Barrieren hin. Diese bestehen zum Beispiel in den Möglichkeiten der Navigation auf Webseiten. So sind oftmals Buttons für die Sprachausgabe nicht ausreichend beschriftet, erschließt sich ihre Bedeutung nur visuell. Die Voreinstellung „Klick Hier“ wird beibehalten und es bleibt unklar, wohin der Link führen kann. Die Befragten führen diese Barrieren einerseits auf eine fehlende Kenntnis für barrierefreie Gestaltungswege zurück. Viele sehende Menschen seien sich der Barrieren gar nicht bewusst. So können die meisten Interviewpartner*innen von Situationen berichten, in denen sie einem

sehenden Menschen eine Barriere beschreiben und dieser dadurch erstmals darüber in Kenntnis gesetzt wird.

Eine Vermutung der Befragten ist, dass Barrieren auf Internetseiten entstehen, weil es kein Bewusstsein für eine gemeinsame Nutzung durch blinde und sehende Menschen gibt. Dieses fehlende Bewusstsein birgt vor allem bei Plattformen mit einem hohen Anteil visueller Inhalte Exklusionsrisiken. Als einziger der Befragten nutzt Emre *Facebook* aktiv und auch dort ist er mit einem mangelnden Bewusstsein der Facebook-Gemeinschaft konfrontiert. Nur wenige User*innen benutzen die Alternativtextfunktion, mit der sie Bilder zusätzlich beschriften können. Außerdem erfährt Udo Einschränkungen bei der Bedienung von Apps und Computerprogrammen. Diesbezüglich beschreibt er ähnliche Probleme wie Emre und bemängelt die häufig unzulängliche Beschriftung von Verlinkungen.

Insgesamt kann bei allen Befragten im Umgang mit Barrieren ein lösungsorientiertes Vorgehen beobachtet werden. Aus den Interviews lassen sich sechs unterschiedliche Strategien im Umgang mit Barrieren rekonstruieren:

- *Ausweichen* – Um der komplizierten Bedienung des Radios zu entgehen, benutzt Carla *Google Home* oder *Alexa*. Zum Einkaufen benutzt Beata Online-Dienste und Lieferservices. Hier werden mediale Angebote relevant, um Barrieren im Alltag abzubauen.
- *Kreativ* – Udo trennt den Audiokanal, um mit seiner Frau gemeinsam das Fernseherlebnis genießen zu können. Hierfür sind technische Bedienungskompetenzen erforderlich.
- *Tüfteln* – Anne benutzt eine Chorsänger-App, um sich auf musikalische Projekte und Proben vorzubereiten. Da die App nicht barrierefrei ist, kann sie diese nur durch Ausprobieren nutzen. Bei dieser Strategie muss sie besonders viel Zeit und Geduld aufwenden.
- *Aufklären* – Emre, Udo und Anne tauschen sich im Bekanntenkreis viel aus und nutzen Möglichkeiten, Medienproduzent*innen mitzuteilen, wenn etwas für sie ungeeignet ist.
- *Hilfe suchen* – Obwohl alle Befragten sehr viel Wert auf Eigenständigkeit legen und versuchen, Probleme zunächst selbstständig zu lösen, suchen sie sich im Zweifel Hilfe bei sehenden Menschen im Umfeld und nutzen auch Schulungsangebote.
- *Verzicht* – Wenn es zum Beispiel darum geht, online Flüge zu buchen oder bestimmte Apps zu nutzen, sind das für Anne zu große Barrieren, die dazu führen, dass sie die Angebote nicht nutzt.

Am Ende der Interviews wurden alle Teilnehmer*innen nach ihren Wünschen bzgl. medialer Entwicklungen gefragt. Im Vordergrund stand dabei der Wunsch nach einer flächendeckenden Weiterentwicklung barrierefreier Angebote. Ein Beispiel ist die Verfügbarkeit von Filmen mit AD, die vor allem auf privaten Sendern sehr selten sind. Das Ziel sollte nach Meinung der Befragten sein, dass *alle* medialen Angebote für *alle* Menschen uneingeschränkt und ohne auf die Unterstützung von nicht-behinderten Menschen angewiesen sein zu müssen, nutzbar sind.

Schlussfolgerungen für die Medienpädagogik

Nach von Gross und Röllecke (vgl. 2017: 13) ist die (Medien-)Pädagogik bisher noch weit davon entfernt, die Potentiale der medialen Vielfalt wahrzunehmen und zugleich Methoden auf besondere Bedarfe abzustimmen. Allerdings wird Inklusion immer häufiger in der Medienpädagogik thematisiert. Das zeigen Fachtagungen (z.B. Studio im Netz 2015: „16. Gautinger Internettreffen“; Bundeszentrale für politische Bildung 2015: „Inklusiv politisch bilden“), Publikationen (z.B. Sammelband „Medienpädagogik der Vielfalt – Integration und Inklusion“ der GMK), Studien (z.B. „Mediennutzung von Menschen mit Behinderungen“ der TU Dortmund/Universität Hamburg) sowie Modellprojekte (z.B. Dieter Baacke Preis: www.dieterbaacke-preis.de) und Vernetzungsarbeiten im Zusammenhang mit inklusiver Medienarbeit (Nimm! Netzwerk Inklusion mit Medien der Landesarbeitsgemeinschaft Lokale Medienarbeit NRW). Insgesamt lässt sich eine Hinwendung zu inklusiven Strukturen mit dem Ziel, Medienbildung für alle zu ermöglichen, beobachten.

Eine generalisierende Aussage über die Mediennutzung blinder Menschen ist an dieser Stelle nicht möglich. Dennoch fällt in unserer explorativen Studie auf, dass, wenngleich das Interesse an Medien gegeben ist, Medien von den Befragten selten zum Selbstausdruck und zur Artikulation genutzt werden. Auffällig ist auch, dass von den Interviewten bisher niemand an einem medienpädagogischen Projekt teilgenommen hat oder selbst produktiv war, z.B. einen Blog oder einen YouTube-Beitrag gestaltet hat. Die Teilnehmer*innen haben Medien als Instrumente der Artikulation von Bedürfnissen noch nicht (für sich) entdeckt. Einige der Befragten kennen zwar den Radiosender Ohrfunk – eine Radiosendung, die von blinden Menschen gestaltet wird –, sie haben aber keine konkrete Vorstellung von medienpädagogischen Projekten. Allerdings findet Beata die Idee, hinter der Kamera zu stehen und die technische Seite der Produktion kennenzulernen, reizvoll. Auch Fabian äußert Interesse, seine eigenen Texte auf

einem Internetblog zu veröffentlichen, und Carla kann sich prinzipiell gut vorstellen, mal an einem Projekt teilzunehmen. Hier kann die inklusive Medienarbeit Zugänge eröffnen und durch aktive Medienarbeit einen Wandel im Medienhandeln hin zum aktiven Gestalten anstoßen (vgl. Lutz 2006: 14). Wichtig ist hierbei, dass die inklusive Medienarbeit besonders auf die Interessen der Zielgruppe abgestimmt sein muss und blinde bzw. sehbehinderte Menschen am besten schon bei der Projektplanung einbezogen werden.

Ebenso notwendig ist es, die Perspektive blinder Menschen bezüglich der Darstellung von Blindheit in den Medien aufzugreifen. Die derzeitige Berichterstattung stellt Menschen mit Behinderung stets vor die Kamera. Mit der Einbindung von Menschen mit Behinderung in die Produktion kann möglicherweise die eindimensionale und stereotype Darstellung in den Medien aufgebrochen werden. Durch Methoden der aktiven Medienarbeit können dann auch Menschen mit Behinderung selbst Produzent*innen von Medieninhalten werden. Auffällig ist, dass sich die derzeitige Projektarbeit bisher noch auf Heranwachsende konzentriert; allerdings gilt es auch die Zielgruppe der Erwachsenen in den Blick zu nehmen.

Durch die Interviews wird an verschiedenen Stellen deutlich, dass sich die Möglichkeiten einer gleichberechtigten Teilhabe von blinden Menschen zwar stetig verbessern, aber noch nicht selbstverständlich sind. Fabian betont, dass blinde Menschen ihre Bedürfnisse der sehenden Welt noch mitteilen müssen. Auch hier bieten sich Projekte aktiver Medienarbeit an, damit auch blinde Menschen Medien im Sinne eines Empowerments für die Artikulation ihrer Bedürfnisse nutzen können.

Ein wichtiges Anliegen der Interviewten ist weiterhin, dass in möglichen medienpädagogischen Projekten Begegnungsmomente geschaffen werden. So sehen sie die Stärke inklusiver Angebote im Austausch und der gegenseitigen Sensibilisierung. Fabian und Udo konstatieren, dass Begegnung und Austausch das Verständnis füreinander erweitern – das Inklusionsbewusstsein stärken. Udo beschreibt z.B., dass die Segregation in der Schule später am gemeinsamen Arbeitsplatz zu Unsicherheiten gegenüber blinden Menschen führt.

Eine Aufgabe der inklusiven Medienpädagogik ist demnach die Aufklärung und Sensibilisierung für die barrierefreie Gestaltung von Medienangeboten. Zunächst ist es notwendig, ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass Menschen mit unterschiedlichen Behinderungen an der gleichen Medienwelt teilhaben, um auf der nächsten Ebene das Wissen um barrierefreie Lösungen zu vermitteln und Angebote zur aktiven Medienarbeit zu schaffen.

Literatur

- Aktion Mensch (2018): Was ist Inklusion? Abrufbar unter: <https://www.aktion-mensch.de/dafuer-stehen-wir/was-ist-inklusion.html> [Stand 18.06.2018].
- Aktion Mensch: Einfach für Alle. Screenreader nutzen – Anleitung für NVDA. Abrufbar unter: <https://www.einfach-fuer-alle.de/artikel/screenreader-NVDA/> [Stand 19.06.2018].
- Baacke, Dieter (1999): Medienkompetenz als zentrales Operationsfeld von Projekten. In: Dieter Baacke (Hrsg.): Handbuch Medien: Medienkompetenz – Modelle und Projekte. Bonn: bpb, 31-35.
- Berger, Andrea/Caspers, Tomas/Croll, Jutta/Hofmann, Jörg/Kubicek, Herbert/Peter, Ulrike/Ruth-Jannek, Diana/Trump, Thilo (2010): Web 2.0/barrierefrei. Eine Studie zur Nutzung von Web 2.0 Anwendungen durch Menschen mit Behinderung. Bonn: Aktion Mensch e.V.
- Bosse, Ingo (2017): Digitale Teilhabe im Kontext von Beeinträchtigung und Migration. In: von Gross, Friederike/Röllecke, Renate (Hrsg.): Dieter Baacke Preis Handbuch 12. Medienpädagogik der Vielfalt – Integration und Inklusion. Medienpädagogische Konzepte und Perspektiven. München: kopaed, 19-30.
- Bosse, Ingo/Hasebrink, Uwe (2016): Mediennutzung von Menschen mit Behinderungen. Forschungsbericht November 2016. Bonn: Aktion Mensch e.V.
- Boucher, Philip (2018): Assistive technologies for people with disabilities. In-depth analysis. Brussels: European Parliament.
- Braunert-Rümenapf, Christine (2017): Der Inklusionsbegriff in der UN- Behindertenrechtskonvention und Bedingungen seiner Umsetzung. Vortrag auf dem Fachtag der Jugendberufshilfe: Die Rolle der Jugendberufshilfe im Berliner Bildungssystem – Die Jugendberufshilfe bietet inklusive Lösungsansätze an! Berlin. Abrufbar unter: <https://www.berlin.de/lb/behil/service/veroeffentlichungen/lesenswertes/vortrag-inklusion-fachtag-jugendberufshilfe.pdf> [Stand 12.02.2019].
- Cramer, Colin/Harant, Martin (2014): Inklusion – Interdisziplinäre Kritik und Perspektiven von Begriff und Gegenstand. In: Zeitschrift für Erziehungswissenschaft, Vol. 17, H. 4, 639-660.
- Dammer, Karl-Heinz (2011): All inclusive? Oder: Dabei sein ist alles? Ein Versuch, die Konjunktur des Inklusionsbegriffs in der Pädagogik zu verstehen. In: Pädagogische Korrespondenz, Zeitschrift für kritische Zeitdiagnostik in Pädagogik und Gesellschaft, H. 43, 5-30.
- Degener, Theresia/Eberl, Klaus/Graumann, Sigrid/Maas, Olaf/Schäfer, Gerhard (Hrsg.) (2016): Menschenrecht Inklusion: 10 Jahre UN-Behindertenrechtskonvention – Bestandsaufnahme und Perspektiven zur Umsetzung in Sozialen Diensten und diakonischen Handlungsfeldern. Vandenhoeck & Ruprecht.

- Franke, Martin (2016): Medien und Inklusion – Die Herausforderungen und Potentiale von blinden Menschen im Umgang mit mobilen Medien im Alltag. In: blind-sehbehindert, Jg. 136, H. 3, 180-187.
- Glaser, Barney/Strauss, Anselm (2005): Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung (2. Aufl.). Bern: Huber.
- Hoffmann, Dagmar/Heidenreich, Susanne (2016): Zur Bedeutung und Funktion von Empowerment im Kontext inklusiver Medienpraxis. In: merz – medien + erziehung, Jg. 60, H.3, 6-8.
- Huber, Nathalie (2004): Ohne Bilder im Bilde. Eine qualitative Studie zur Mediennutzung und Medienbewertung von blinden Menschen in Deutschland. München: LIT.
- Katzenbach, Dieter (2015): Zu den Theoriefundamenten der Inklusion – Eine Einladung zu Diskurs aus der Perspektive der kritischen Theorie. In: Schnell, Irma (Hrsg.): Herausforderung Inklusion. Theoriebildung und Praxis. Bad Heilbrunn: Klinkhardt, 19-33.
- Lutz, Klaus (2006): Aktive Medienarbeit barrierefrei. In: Michaelis, Elke/Lieb, Oliver (Hrsg.): Ausdrucksstark – Modelle zur aktiven Medienarbeit mit Heranwachsenden mit Behinderung. München: kopaed, 13-21.
- Mayring, Philipp (2015): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken (12., überarb. Aufl.). Weinheim: Beltz.
- Mogge-Grotjahn, Hildegard (2012): Soziale Inklusion – nur ein Modewort? In: merz | medien + erziehung, Jg. 56, H. 1, 12-15.
- mpfs – Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: KIM- und JIM-Studie. Ab-rufbar unter: <https://www.mpfs.de/studien/?tab=tab-18-1> [Stand 21.08.2019].
- Najemnik, Nicole/Zorn, Isabel (2016): Digitale Teilhabe statt Doing Disability: Assis-tive Technologien für inklusive Medienbildung im Kindergarten. In: Mayr, Heinrich/Pinzger, Martin (Hrsg.): Informatik 2016. Bonn: Gesellschaft für Informatik e.V., 1087-1096.
- Nierling, Linda/Maia, Maria/Hennen, Leonard/Wolbring, Gregor/Bratan, Tanja/Kukk, Piret/Cas, Johann/Capari, Leo/Krieger-Lamia, Jaro/Mordini, Emilio (2018): Assis-tive technologies for people with disabilities – Part III: Perspectives on assistive technologies. Brussels: European Parliament.
- Rauh, Bernhard (2016): Melancholische Anmerkungen zu archaischen Zügen des sonderpädagogischen Inklusionsdiskurses. In: Göppel, Rolf/Rauh, Bernhard (Hrsg.): Inklusion. Idealistische Forderung, individuelle Förderung, institutionelle Herausforderung. Stuttgart: Kohlhammer, 207-218.
- Schluchter, Jan-René (2012): Medienbildung als Perspektive für Inklusion. In: merz – medien + erziehung, Jg. 56, H. 1, 16-21.
- Schluchter, Jan-René (2016): Medien, Medienbildung, Empowerment. In: merz – medien + erziehung, Jg. 60, H. 3, 24-30.

- Schwalb, Helmut/Theunissen, Georg (Hrsg.) (2012): Inklusion, Partizipation und Empowerment in der Behindertenarbeit. Best-Practice-Beispiele: Wohnen – Leben – Arbeit – Freizeit. Stuttgart: Kohlhammer.
- SIN – Studio im Netz (2015): 16. Gautinger Internettreffen am 17. und 18. März 2015. Ein Netz für alle. Potentiale einer inklusiven Medienbildung. Abrufbar unter: <https://www.studioimnetz.de/projekte/gautinger-internettreffen/rueckblick-2015/> [Stand 15.06.2018].
- Süddeutsche Zeitung (2018): Eine Chance für die Vielfalt. Abrufbar unter: <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/dachau/inklusion-eine-chance-fuer-die-vielfalt-1.3968294> [Stand 19.06.2018].
- von Gross, Friederike/Röllecke, Renate (2017): Medienpädagogik der Vielfalt. Integration und Inklusion. In: von Gross, Friederike/Röllecke, Renate (Hrsg.): Dieter Baacke Preis Handbuch 12. Medienpädagogik der Vielfalt – Integration und Inklusion. Medienpädagogische Konzepte und Perspektiven. München: kopaed, 11-15.
- Wansing, Gudrun (2015): Was bedeutet Inklusion? Annäherungen an einen vielschichtigen Begriff. In: Degener, Theresia/Diel, Elke(Hrsg.): Handbuch Behinder-tenrechtskonvention. Teilhabe als Menschenrecht. Inklusion als gesellschaftliche Aufgabe (Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Bd. 1507). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 43-54.
- Zillmann, Dolf (1988): Mood Management through communication choices. In: American Behavioral Scientist, Vol. 31, Iss. 3, 327-340.
- Zorn, Isabell (2015): Mission to Mars? Inklusive Medienbildung. Gautinger Internettreffen, Gauting. Abrufbar unter: <https://prezi.com/lbkstoduijz-/mission-to-mars> [Stand 25.05.2018].

Lizenz

Der Artikel steht unter der Creative Commons Lizenz **CC BY-SA 4.0**. Die Namen der Urheberinnen sollen bei einer Weiterverwendung genannt werden. Wird das Material mit anderen Materialien zu etwas Neuem verbunden oder verschmolzen, sodass das ursprüngliche Material nicht mehr als solches erkennbar ist und die unterschiedlichen Materialien nicht mehr voneinander zu trennen sind, muss die bearbeitete Fassung bzw. das neue Werk unter derselben Lizenz wie das Original stehen. Details zur Lizenz: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode>