

**"Es lebe das Internet!"**

–

**Chancen der Integration Gehörloser in die Gesellschaft durch  
das Internet als Informationsquelle**

**D I P L O M A R B E I T**

**zur Erlangung des Magistergrades der  
Philosophie  
an der Fakultät für  
Human- und Sozialwissenschaften der Universität Wien**

**eingereicht von**

**Uta Rußmann**

**Wien, Juni 2002**

## DANKSAGUNG

„Der Berg muß erst einmal erklommen werden!“ sagt ein Sprichwort und beschreibt damit etwa meinen Weg bei der Fertigstellung der vorliegenden Diplomarbeit. Ich stehe jetzt jedenfalls ganz oben: es war viel Arbeit und teilweise sehr anstrengend..... aber es hat Spaß gemacht und ich habe dabei sehr viel gelernt, aber nicht ohne Unterstützung von vielen seiten!

Mein besonderer Dank geht an...

.... Herrn Univ. Prof. Dr. Roland Burkart, bei dem ich in meinen letzten Studienjahren sehr viel gelernt habe, der mir als Betreuer wertvolle Ratschläge gab und an dieser Arbeit seine wissenschaftliche Handschrift hinterließ

.... Frau Dr. Liselotte Stalzer, die mir bei Fragen zu meiner empirischen Untersuchung zur Seite stand und mich mit Anregungen sowie Tips unterstützte

.... die Firma Globalpark GmbH für die Bereitstellung ihres Fragebogen-Tools und die freundliche Unterstützung

.... das Team vom Taubenschlag ([www.taubenschlag.de](http://www.taubenschlag.de)), das [www.gehoerlos.at](http://www.gehoerlos.at) -Team und den WITAF für ihre Unterstützung

.... meine Eltern, die mich während meiner gesamten Studienzzeit unterstützt haben und unbeirrt meinen Weg gehen ließen

.... Sabine Charwat-Pessler für die tägliche nötige Motivation, den geistigen Rückhalt und ihre Geduld

.... Julia S. Schlenz für die vielen Gespräche, die moralische Unterstützung und Ermutigung

.... Sandra Frank und Susanne Neuwirth für ihre freundschaftliche Unterstützung

..... und meinen Freunden, die während der Diplomarbeitsphase Verständnis und Geduld für mich aufgebracht haben.

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>VORBEMERKUNG.....</b>	<b>6</b>
<b>1. EINLEITUNG.....</b>	<b>7</b>
<b>2. GEHÖRLOSIGKEIT .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1. Situation Gehörloser .....</b>	<b>18</b>
<b>2.2. Ursachen der Gehörlosigkeit.....</b>	<b>20</b>
2.2.1. Das Gehör.....	20
2.2.2. Gründe der Gehörlosigkeit .....	20
<b>2.3. Sprache .....</b>	<b>23</b>
<b>2.4. Gebärdensprache .....</b>	<b>26</b>
2.4.1. Struktur der Gebärdensprache .....	27
2.4.2. Erwerb der Lautsprache und einhergehende Lesekompetenz .....	28
<b>2.5. Gehörlosenkultur und Gehörlosengemeinschaft .....</b>	<b>32</b>
2.5.1. Gehörlosenkultur .....	32
2.5.2. Gehörlosengemeinschaft.....	33
<b>2.6. Kommunikation Gehörloser .....</b>	<b>34</b>
2.6.1. Definition von Kommunikation.....	34
2.6.2. Der Kommunikationsprozeß.....	36
2.6.3. Interpersonale Kommunikation .....	39
2.6.4. Massenkommunikation .....	42

---

<b>3. DIE ROLLE DER MEDIEN FÜR GEHÖRLOSE .....</b>	<b>47</b>
<b>3.1. Bedürfnisbefriedigung und Medienfunktionen.....</b>	<b>47</b>
3.1.1.    Bedürfnisse.....	47
3.1.2.    Spezifische Funktionen des Internet für Gehörlose .....	56
<b>3.2. Mediennutzung Gehörloser .....</b>	<b>63</b>
<b>3.3. Gehörlose und Printmedien .....</b>	<b>67</b>
<b>3.4. Gehörlose und Hörfunk.....</b>	<b>69</b>
<b>3.5. Gehörlose und Fernsehen.....</b>	<b>70</b>
<b>3.6. Gehörlose und Internet .....</b>	<b>76</b>
3.6.1.    Ist das Internet ein Medium? .....	79
3.6.2.    Das soziale Potential des Internet.....	82
3.6.3.    Internet als Informations- und Kommunikationsquelle .....	84
<b>4. EMPIRISCHER TEIL .....</b>	<b>111</b>
<b>4.1. Forschungsleitende Fragestellung.....</b>	<b>111</b>
4.1.1.    Forschungsinteresse .....	112
4.1.2.    Forschungsfragen und Hypothesen .....	113
<b>4.2. Methodik .....</b>	<b>118</b>
4.2.1.    Erhebungsinstrument: die Online-Befragung.....	119
4.2.2.    Operationalisierung .....	120
4.2.3.    Erstellung des Online-Fragebogens.....	124
4.2.4.    Das Online-Tool .....	126
4.2.5.    Datenerhebung.....	127

---

<b>4.3. Auswertung und Ergebnisse .....</b>	<b>128</b>
4.3.1.    Untersuchungspersonen .....	128
4.3.2.    Datenauswertung.....	130
4.3.3.    Darstellung der Ergebnisse .....	131
<b>4.4. Schlußfolgerung: Ergebnisinterpretation .....</b>	<b>181</b>
4.4.1.    Möglichkeiten der Mediennutzung .....	181
4.4.2.    Internet als Informationsplattform .....	184
4.4.3.    Internet als Kommunikationsmittel.....	188
4.4.4.    Schwierigkeiten der Internetnutzung.....	196
4.4.5.    Integration durch das Internet.....	198
<b>5. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK .....</b>	<b>200</b>
<b>LITERATUR .....</b>	<b>205</b>
<b>VERZEICHNIS DER VERWENDETEN ABKÜRZUNGEN .....</b>	<b>217</b>
<b>ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS .....</b>	<b>218</b>
<b>ANHANG .....</b>	<b>220</b>

## VORBEMERKUNG

Den gedanklichen Impuls für diese Diplomarbeit erhielt ich einerseits aus der Vorlesung „Medienanthropologie: Behinderte und Kommunikation“ sowie andererseits durch ein Seminar, in dem wir uns mit der Rezeption von Internetseiten beschäftigten. Nachdem eine meiner Freundinnen gehörlos ist, lag es für mich persönlich am nächsten, mich schon während der Vorlesung gedanklich intensiver mit der Gruppe der Gehörlosen auseinanderzusetzen. Unter diesen Aspekten und der eigenen Erfahrung wurde mir bewußt, daß die neuen Kommunikations- und Informationstechnologien im Medienbereich für bisher benachteiligte Gruppen einige Veränderungen bringen. Damit entstand die Idee, diese Thematik, die damit verbundenen Vorteile und Erleichterungen, aber auch Schwierigkeiten aufzugreifen. Den Stellenwert des Internet für Gehörlose deutet bereits der im Titel festgehaltene Ausspruch "Es lebe das Internet!", der von einem der Befragten aus der hier vorliegenden empirischen Untersuchung gemacht wurde, an.

Schwierig erwies sich beim Verfassen dieser Arbeit die Literaturrecherche. Zur Thematik *Gehörlosigkeit und Hörgeschädigte* ist relativ viel geschrieben worden, jedoch befaßt sich nur ein sehr, sehr kleiner Teil dieser Literatur mit der Mediennutzung Gehörloser und um so schwieriger und dürftiger erwies sich die Recherche zum Thema *Internet und Gehörlose*. Dies liegt sicherlich daran, daß die Auseinandersetzung mit der Thematik erst in den letzten Jahren verstärkt erfolgte, und hierbei bisher der Umgang der breiten Massen, also der der Hörenden, im Mittelpunkt stand.

## 1. EINLEITUNG

Unsere Gesellschaft ist geprägt von Informationen und entwickelt sich entlang der stetig wachsenden Informations- und Kommunikationstechnologien. Das menschliche Handeln ist in solch moderner Gesellschaft unauflöslich mit Information verbunden. Aus diesem Grund wird häufig von der Informationsgesellschaft<sup>1</sup> gesprochen.

Information zirkuliert heute immer schneller und Wissen wird immer rascher durch neue Erkenntnisse<sup>2</sup> ersetzt. Kein Tag vergeht an dem wir nicht mit einer immensen Flut von Ereignissen konfrontiert werden. Dabei spielt es keine Rolle, ob es um unseren direkten Nachbarn geht oder um das Geschehen auf der anderen Seite des Globus. Übertragen, vermittelt und weitergegeben werden diese Informationen größtenteils durch die Medien.

Medien spielen beim sozio-kulturellen Wandel der Gesellschaft eine zentrale Rolle – sie sind Spiegel des Gesellschaftswandels. Von wenigen Ausnahmen abgesehen, sieht Noelle-Neumann (1997) die Medien längst als allgegenwärtig in der Öffentlichkeit wie in Politik und Wirtschaft sowie Kunst und Bildung, ebenso wie in der Privatsphäre bei Arbeit und Freizeit. So hat beispielsweise die Medienausstattung in den Haushalten über die letzten Jahrzehnte stetig

---

<sup>1</sup> Die Informationsgesellschaft ist oft nur eine Metapher für viele Entwicklungen in unserer Gesellschaft. McQuail (2000, S. 121) argumentiert hier folgendermaßen: „The idea of the information society is the most relevant and overarching framework for understanding and expressing different forces for change in contemporary society. It is really the only well-qualified candidate. It has something to say about socio-technical as well as cultural change and has implications for all aspects of public communication.“ Fest steht: „Bei der Informationsgesellschaft [...] basiert die Lektorientierung auf dem Faktum, auf allen Ebenen der gesellschaftlichen Realität mit informationellen Prozessen und Strukturen konfrontiert zu sein“ (Thiedeke 1997, S. 88), die dabei die gesamte Weltbevölkerung erfassen können (vgl. Noelle-Neumann 1997, S. 9).

<sup>2</sup> Einige Autoren (u.a. Stürzer 1996) gehen sogar soweit zu sagen, daß sich das gesamten Wissen der Menschheit alle fünf Jahre verdoppelt.

zugenommen.

Medien sind heute ein integraler Bestandteil unseres Lebens, dem man sich nicht mehr entziehen kann, denn der Alltag der Menschen wird mittlerweile sehr stark von den Medien geprägt und teilweise auch dominiert.<sup>3</sup> „Die Menschen in den modernen Industriegesellschaften verbringen inzwischen die meiste Zeit in ihrem Leben – neben Schlafen und Arbeiten – mit den Angeboten der Massenkommunikation.“ (Noelle–Neumann 1997, S. 9)

Mittels der Massenmedien wird es immer einfacher, schneller auf Informationen zuzugreifen: Auf die Zeitung folgte das Radio, dann kam der Fernseher und heute ist das World Wide Web (WWW) die Quelle, umfangreiche und gezielte Informationen schneller zu finden und zu erhalten als mit irgendeinem anderen Medium. Das Internet hat, seitdem es Anfang der 1990er Jahre durch die Entwicklung der benutzerfreundlichen Browser auch im kommerziellen Bereich Anwendung findet, die Realität der Mediennutzung verändert und ist für viele Menschen zu einem selbstverständlichen Begleiter bei ihrer täglichen Mediennutzung geworden. Das Internet ermöglicht nun (im Vergleich zu den traditionellen Medien) einen grenzüberschreitenden, weltumspannenden Informationsaustausch.

## Information

---

<sup>3</sup> Kepplinger (1992, S. 10) schreibt zum Einfluß der Massenmedien auf das Alltagsleben: „Die Massenmedien haben durch ihr Vordringen in das Alltagsleben nahezu der gesamten Bevölkerung neben der direkten Beobachtung und Erfahrung sowie den Berichten von persönlichen Bekannten einen neuen Zugang zur Realität geschaffen, der den Blick auf die Welt jenseits der eigenen Lebenswirklichkeit öffnet. Ihre Bedeutung ist dabei wesentlich größer als die individuelle Mediennutzung vermuten läßt, weil selbst jene Informationen und Meinungen, die man durch andere erfährt, häufig von den Massenmedien geprägt sind. Die Massenmedien vermitteln mit ihrer Berichterstattung nicht nur die Vorstellung davon, was wichtig und richtig ist (...) Sie beeinflussen ebenso die Ansichten darüber was die Mehrheit denkt und meint, fordert und verurteilt.“ Letzteres gewinnt im folgenden auch im Zusammenhang mit dem Integrationsaspekt an Bedeutung.

Der Informationsbegriff kann aus vielen Perspektiven – soziologisch, technisch, wissenschaftstheoretisch, sprachlich genauso wie philosophisch – definiert werden.

Schulz (1997) definiert im kommunikationswissenschaftlichen Sinn Information wie folgt: „Information ist also in unserem Alltagsverständnis ein Merkmal von Mitteilungen. Wir verbinden Information mit: Neuigkeit, Aktualität, Kennenlernen von bisher Unbekannten.“<sup>4</sup> (Schulz 1997, S. 148) Mitteilung können als ‚informativ‘ gesehen werden, wenn sie das Wissen des Empfängers erweitern. (vgl. Meyen 2001, S. 101)

Für die vorliegende Arbeit ist es von grundlegender Bedeutung, daß der Informationsbegriff in seiner gesamten Breite aufgefaßt wird. Informationen sollen nicht nur im Sinne von politischer Information oder Entwicklungen im Weltgeschehen verstanden werden, sondern zudem geht es darum, über die Unterhaltungsangebote bzw. den Veranstaltungskalender informiert zu sein und Wetterprognosen, Einkaufstips, Öffnungszeiten von Ämtern sowie Klatsch und Tratsch zu kennen. Information ist ein „subjektabhängiger Begriff“ (ebd.) und wie informativ eine Mitteilung für den Empfänger ist, hängt von dessen Sichtweise sowie Erkenntnisstand ab (vgl. ebd.). Im Kontext dieser Arbeit ist alles was im Internet zu finden ist als Information aufzufassen.

### **Problemperspektive**

Information und Kommunikation haben, einerseits durch die Zeitepoche in der wir leben an sich, andererseits als menschliche Grundbedürfnisse, einen hohen

---

<sup>4</sup> Informationen sind nicht nur Mitteilungen und Aussagen über völlig neue (bisher unbekannte) Tatsachen. *Neue Informationen* können auch aus zwei oder mehreren *alten Erkenntnissen* entstehen, d.h. werden alte

Stellenwert und prägen das Leben der Gesellschaftsmitglieder. Wer am gesellschaftlichen Leben teilhaben will und in die Gemeinschaft integriert sein will, muß

über den gemeinsamen Informations- und Wissensbestand Kenntnisse haben, denn dieser ist Teil der alltäglichen Kommunikation und in unserer Gesellschaft befindet sich jeder ständig im Informationsaustausch mit seinen Mitmenschen.

Die Medien versorgen wie gesagt die Menschen mit diesen Informationen.

Dennoch haben nicht alle Personengruppen die Möglichkeit sich jederzeit umfassend zu informieren – vor allem, wenn es um aktuelle Informationen geht; desgleichen stoßen sie immer wieder an Kommunikationsbarrieren. Gehörlose sind eine dieser Minderheiten, die nun aufgrund des fehlenden Hörsinnes mit teilweise massiven Kommunikationsproblemen konfrontiert sowie von der Mediennutzung und damit auch von Informationen ausgeschlossen sind. Denn sie nehmen die Welt nicht akustisch, sondern visuell wahr. Die visuellen Fähigkeiten werden besonders durch den Erwerb der Gebärdensprache ausgeprägt, aber auch Gehörlose, die die Lautsprache beherrschen, sind visuell stärker geprägt.

Für gehörlose Menschen ergibt sich in diesem Sinne ein großes Problem bei der Medienrezeption: Das Massenmedium „Radio“ übernimmt für Gehörlose überhaupt keine Funktion – aufgrund der akustischen Übertragungsform. Fernsehen ist audiovisuell, d.h. Bild und Ton (primär gesprochene Sprache) ergeben die Information – ergeben ein Ganzes. Gehörlose können diese Informationen jedoch nur visuell aufnehmen. Eine Lösung bietet hier der

Untertitel, doch nur sehr wenige Sendungen im österreichischen Fernsehen werden Untertitelt.<sup>5</sup> Hier findet also eine Isolierung für Gehörlose statt.

---

<sup>5</sup> Das Angebot an Untertitelten Sendungen im ORF ist sehr gering: Doch anstelle den Untertitelanteil zu erhöhen, wird es durch Kürzungen beim ORF monatlich bald 20 Stunden weniger Untertitelte Sendungen geben. (vgl. Trubel, V.; ORF: Taube Ohren für die Interessen der Gehörlosen? In: Kurier vom 16. Oktober 2001, S. 31) Ferner gibt es auch nur eine Gebärdensprachgedolmetschte Sendung pro Woche.

## **Untersuchungsgegenstand und Erkenntnisinteresse**

Das Internet als Informationsquelle sowie Kommunikationsmittel für Gehörlose – dieser Gedanke eröffnet neue Facetten und Wege. „Aufgrund mangelnder Informationen und mangelnder Bildung waren Hörgeschädigte [bisher] oft zu einer sozialen Randexistenz verurteilt.“ (Taubenschlag 2002g) Denn der Ausspruch „Wissen ist Macht‘ ist zwar banal, aber dennoch sehr wahr“ (ebd.) und Information ist Wissen. Das Internet ist (nicht nur für Gehörlose) in den medialen Mittelpunkt gerückt, denn es verschafft den Hörgeschädigten in bezug auf die Informationsrezeption ein Stück mehr Chancengleichheit.

Aus diesem Impuls heraus betrachtet die vorliegende Diplomarbeit den Umgang Gehörloser mit dem Internet. Gegenstand der Arbeit ist die Mediennutzung von Gehörlosen, hierbei geht es insbesondere um Vorteile, Möglichkeiten und Grenzen der Internetnutzung für die 10.000 – 12.000 Gehörlosen in Österreich (und die 80.000 Gehörlosen in Deutschland). Analysiert werden soll das Internetverhalten, d.h. wie und wozu nutzen Gehörlose das Internet und der Stellenwert des Internet bei der Informationsbeschaffung sowie der Kommunikation gehörloser Menschen. Hierbei wird besonders auf das Alltagsleben der Gehörlosen eingegangen. Denn durch das Internet ist eine neue Kultur des Medienverhaltens und der Mediennutzung entstanden, die die Lebensqualitäten der Gehörlosen stark beeinflusst. Es stellt sich hier die Frage, „inwieweit das Internet Informationsquelle und Kommunikationsmittel für Gehörlose ist“.

Neben der Informationsfunktion steht die Integrationsfunktion im Mittelpunkt des Geflechts Gehörlose und Medien. Die Massenmedien sind in der Lage, zur

gesellschaftlichen Integration beizutragen und die Befriedigung des Informationsbedürfnisses hängt damit eng zusammen. Nach Maletzke (1990) tragen die Massenmedien in hohem Maße zum Zusammenhalt industrieller Großgesellschaften bei.

„In unserem komplexen, für den einzelnen nicht mehr durchschaubaren Gemeinwesen sorgen sie dafür, daß der Mensch über seinen eigenen Erfahrungshorizont und über den Horizont seiner noch unvermittelten erkennbaren Bezugsgruppen hinaus die Gesellschaft als Ganzes sieht und sich ihr zugehörig fühlt, sich mit ihr identifiziert.“ (Maletzke 1980, S. 167)

Das Mediensystem beeinflußt die Integrationsmöglichkeiten des Menschen zudem insofern, als daß es den Menschen Normen, Werte und Verhaltensweisen vermittelt. Die Medien prägen die Menschen in ihrem Umgang und ihrer Sicht mit der Welt. Jarrens (2000, S. 34) Gedanken schließen hier an: „Medien haben allerdings am Prozess der gesamtgesellschaftlichen Modernisierung, an Individualisierung und Wertewandel einen erheblichen Anteil, und sie beeinflussen damit auch Integrationsmöglichkeiten.“

Primär geht es in dieser Arbeit um die Frage, **„inwieweit das Internet zur Integration der Gehörlosen in die Gesellschaft beitragen kann“**.

Die Beantwortung dieses Aspekts setzt eine eingehende Analyse folgender Frage voraus:

- welche Medien werden rezipiert?
- welchen Nutzen hat der Medienkonsum für Gehörlose ?
- welche Gründe und Motive, Interessen und Einstellungen liegen den Nutzungsgewohnheiten und –muster beim Internet zu Grunde?
- wieso und welche Informationen werden verstärkt im Internet rezipiert?

- welche Vorteile (aber auch Nachteile) und vor allem Veränderungen ergeben sich aus den neuen Kommunikationsprozessen aufgrund der neuen Kommunikationstechnologien?

Die vorliegende empirische Untersuchung soll dazu beitragen, die forschungsleitende Fragestellung **„Fördert das Internet die Integration der Gehörlosen in die Gesellschaft?“** – d.h. kann durch die Vorteile und Möglichkeiten, die das Internet bietet, eine aktive Beteiligung am gesellschaftlichen Geschehen unterstützt werden – zu beantworten. Hierzu wurde auf Basis der theoretischen Erkenntnisse eine Online-Umfrage unter Gehörlosen durchgeführt, die auf die Mediennutzung sowie im speziellen auf die Gründe und Motive der Internetnutzung der befragten Gehörlosen eingeht.

### **Zielsetzung und Aufbau der Arbeit**

Die vorliegende Arbeit ist unter der Zielsetzung geschrieben worden, einerseits die Bedürfnisse und Wünsche der Gehörlosen bei der Mediennutzung verständlich zu machen und dadurch ebenso auf gesellschaftliche Minderheiten und ihre Situation in der Gemeinschaft aufmerksam zu machen. Andererseits geht es konkret um die Bedeutsamkeit des Internet für Gehörlose als Informations- sowie Kommunikationsquelle und insbesondere darum, inwieweit es durch diese neuen Möglichkeiten zu einer aktiveren Teilnahme der Gehörlosen am gesellschaftlichen Leben kommen kann. Letzteres wurde auch in der Umfrage untersucht, durch die soll den aufgrund der Theorie aufgestellten Hypothesen nachgegangen werden.

Im ersten Teil (Kapitel 2) dieser Arbeit geht es zunächst darum, sich mit der Gehörlosigkeit in ihren Grundzügen, soweit diese im Zusammenhang mit der

Thematik bzw. für deren Klärung von Bedeutung sind, auseinanderzusetzen (wie u.a. mit den Ursachen und Gründen für die Hörbehinderung). Unter Berücksichtigung dieser Aspekte wird die Relevanz von Sprache, mit ihren Auswirkungen auf die Mediennutzung und das Informations- und Kommunikationsverhalten von Gehörlosen analysiert. Zu bedenken ist immer, daß die Hörschädigung in erster Linie eine kommunikative Behinderung ist. Aufmerksamkeit wird auf die interpersonale Kommunikation sowie die technisch vermittelte Kommunikation mittels der Massenmedien gelegt. Denn die Kommunikationssituation gehörloser Menschen unterscheidet sich auf vielfältige Art und Weise von der hörender Menschen und hat entscheidenden Einfluß auf die soziale Integration.

Im weiteren Verlauf des Theorieteils (Kapitel 3) wird unter Berücksichtigung der Situation der Gehörlosen auf die menschlichen Bedürfnisse, hier im besonderen auf das Informations- und Integrationsbedürfnis, eingegangen. Der Perspektive der Bedürfnisbefriedigung durch die Medien wird dabei Rechnung getragen. Dieser Aspekt wird eingehend analysiert, denn dieser spricht die Forschungsfrage in ihrem Zweck und Grund überhaupt erst an, d.h. wieso und warum wird Integration gewünscht und warum ist sie für die menschliche Existenz wichtig.

Auf der Basis dieser Erkenntnisse wird die Rolle der Medien im alltäglichen Leben gehörloser Menschen betrachtet: Wie werden Gehörlose und ihre Interessen derzeit von den Medien berücksichtigt, denn Tatsache ist, daß Gehörlose nur bedingt am medialen Programm teilnehmen können und in welcher Weise sind Medien für sie überhaupt rezipierbar. Die Betrachtung des medialen Kontexts, ist im folgenden für das Verständnis über die Relevanz des Internet für die Gehörlosen zentral. Damit der Stellenwert des Internet überhaupt analysiert

werden kann, findet zunächst eine Reflexion über die einzelnen Massenmedien statt. Im Anschluß daran wird detailliert auf das Internet eingegangen. Dabei wird u.a. der Fragen 'inwiefern ist das Internet ein Medium nachgegangen' und die für den Kontext der Arbeit relevanten Internetdienste werden analysiert.

Der zweite Teil dieser Arbeit (Kap. 4) widmet sich der empirischen Untersuchung und somit der Beantwortung der evaluierten Thesen. Durch das Internet ist eine neue Kultur des Medienverhaltens und eine neue Möglichkeit der Mediennutzung entstanden und wie diese sich auf das Leben der Gehörlosen auswirkt, soll die geplante Untersuchung zeigen.

Im empirischen Teil werden der Forschungsablauf beschrieben, Hypothesen und Annahmen sowie das Untersuchungsinstrument betrachtet. Im Mittelpunkt dieses Kapitels stehen die Auswertung und Darstellung des gewonnenen Datenmaterials. Abgeschlossen wird dieser Teil mit der Interpretation der Online-Ergebnisse. Diese Schlußfolgerungen sollen eine Verbindung zwischen den theoretischen Erkenntnissen und den Befunden der Online-Untersuchung herstellen.

Die Arbeit (Kapitel 5) schließt mit einer Zusammenfassung und einem Ausblick und bringt die evaluierten Perspektiven zum Abschluß.

### **Eingrenzung des Themas**

Bei den vorliegenden Ausführungen geht es, wenn nicht explizit kenntlich gemacht, hauptsächlich um die österreichische Medienlandschaft; teilweise wird auch auf den Mediensektor in Deutschland Bezug genommen.

Generell wird die Kenntnis über die Grundlagen der vorgestellten Informations- und Kommunikationsmodelle sowie deren Prozesse bzw. Theorien vorausgesetzt<sup>6</sup> und nur dann explizit aufgezeigt, wenn dies im Zusammenhang mit dieser Arbeit notwendig ist. Die hier angesprochenen Aspekte beziehen sich (zumeist) auf die Situation der Gehörlosen.

Die Orthographie in dieser Arbeit folgt den alten deutschen Rechtschreibregeln. Zitate in englischer Sprache sowie Zitate nach der neuen deutschen Rechtschreibung wurden auch so übernommen.

---

<sup>6</sup> Einen ausführlichen Überblick geben u.a. die Standardwerke Kunczik (2001) und Burkart (2002).

## 2. GEHÖRLOSIGKEIT

### 2.1. Situation Gehörloser

„Der Begriff ‚Hörgeschädigte‘ bezeichnet eine extrem heterogene Zielgruppe. Im wesentlichen sind drei Faktoren von Bedeutung: Hörstatus [alle Arten und Abstufungen der Hörbeeinträchtigung: von leicht schwerhörig bis gehörlos], Sprachkompetenz und soziokulturelle Zugehörigkeit. Daraus resultieren Gegebenheiten in bezug auf Bildung und sozialen Status.“ (Taubenschlag 2002a)

In Österreich leben etwa 500.000 Personen die hörbeeinträchtigt sind. Das sind ca. sechs Prozent der Gesamtpopulation.<sup>7</sup> Diese Menschen nehmen leise Töne genauso wenig wahr wie verschwommene akustische Signale und auch bei größeren Ansammlungen von Menschen können sie nichts bzw. kaum etwas verstehen.

Des weiteren sind in Österreich circa **10.000 – 12.000** Menschen gehörlos.<sup>8</sup> „Eine Person wird als gehörlos bezeichnet, wenn eine extreme Schädigung des Gehörs vorliegt und auch bei bestmöglicher Schallverstärkung durch Hörgeräte keine oder nur begrenzte auditive Wahrnehmung (insbesondere von gesprochener Sprache) möglich ist.“ (Institut für Übersetzer- und Dolmetscherbildung 1999, S.3)

---

<sup>7</sup> In Deutschland leben ca. 80.000 gehörlose Menschen (Persönliche Mitteilung via Email vom 11.05.02 von Bernd Rehling, Taubenschlag) bei einer Gesamtpopulation von circa 82 Millionen (vgl. Statistisches Bundesamt Deutschland 2002). Generell wird davon ausgegangen, daß etwa ein Promill der Weltbevölkerung hörbeeinträchtigt ist. Diese Angaben wurden von Brigitta Mikulasek, geschäftsführende Sekretärin des WITAF (Wiener Taubstummten Fürsorgeverband), bestätigt.

<sup>8</sup> Diese Angaben wurden von Brigitta Mikulasek, geschäftsführende Sekretärin des WITAF (Wiener Taubstummten Fürsorgeverband), bestätigt.

Viele Menschen bezeichnen heute Gehörlose noch häufig als „taub“ oder „taubstumm“. Gehörlose fühlen sich dadurch jedoch diskriminiert, denn die einzige Fähigkeit, die ihnen fehlt, ist die Fähigkeit akustische Signale wahrzunehmen. Der Terminus „Taubstumm“ hebt das Behindertsein hervor und betont ein vermeintliches nicht hören und nicht sprechen können. (vgl. glvmu 2002a) „Er läuft jedoch den Tatsachen und Einstellungen der Gehörlosen vollkommen zuwider.“ (glvmu 2002a) Etymologisch betrachtet läßt sich das Wort „Stumm“ von dem Wort „Dumm“ herleiten. Allerdings ist das einzige, daß die Gehörlosen von den Hörenden unterscheidet, das *Nicht-Hören-Können*. Ganz entscheidend ist auch, daß kein gehörloser Mensch wirklich stumm ist, jeder Gehörlose besitzt die Fähigkeit zu sprechen. Sacks schreibt,

„dabei sind sie natürlich durchaus in der Lage zu sprechen – sie haben den gleichen Sprachapparat wie alle anderen; was ihnen fehlt, ist die Fähigkeit, sich selbst sprechen zu hören und so den Klang ihrer Sprache vermittelt des Gehörs zu steuern. Ihre Aussprache mag daher in Lautstärke und Modulation von der Norm abweichen, und die Auslassung vieler Konsonanten und anderen Sprechlaute kann ein solches Ausmaß annehmen, daß ihre Äußerungen manchmal nicht zu verstehen sind.“ (Sacks 2001, S. 51)

Dies hat jedoch zur Folge, daß „die Betroffenen im schulischen und gesellschaftlichen Leben vielfach nur über ihre Gehörlosigkeit – ihre Behinderung – definiert und nicht als vollwertige Menschen betrachtet“ (Institut für Übersetzer- und Dolmetscherbildung 1999, S.3) werden. Generell muß man jedoch (leider) davon ausgehen, daß in den heutigen Gesellschaften eine Behinderung, d.h. eine Schädigung der körperlichen, geistigen und/oder seelischen Funktionen, das Leben soweit beeinträchtigen, daß das Teilhaben am gesellschaftlichen Leben oft erschwert ist.

Viele Gehörlose kämpfen dagegen an, denn für sie bedeutet *gehörlos sein Mensch sein und die Welt nicht akustisch, sondern visuell wahrzunehmen*.

## 2.2. Ursachen der Gehörlosigkeit

### 2.2.1. Das Gehör

Das Gehör übernimmt im Leben des Menschen fünf wichtige Funktionen. Auf diese soll zunächst kurz eingegangen werden, um ein besseres Verständnis darüber zu erlangen, was es bedeutet *gehörlos* zu sein:

Das Gehör

1. ist wesentlich an der Entwicklung von Sprache und Kommunikation beteiligt. Ist der Mensch nicht fähig das Gesagte eines anderen zu verstehen, bleibt ein Gespräch ausgeschlossen,
2. ist eine kontinuierliche Quelle der Information über Ereignisse und Dinge unserer unmittelbaren physischen Umwelt,
3. überträgt Warnsignale wie Feuerwehr- oder Polizeialarm, die für die physische Sicherheit wichtig sind. Als Hörender hat man auch die Möglichkeit Katastrophenmeldungen aus dem Radio wahrzunehmen,
4. hilft jedem Einzelnen beim Erwerb und Erhalt seiner körperlichen Fähigkeiten und
5. trägt ganz entscheidend zur **sozialen Integration** bei. (vgl. Gotthardt-Pfeiff 1991, S.11; zit. n. Burghofer 1995, S. 3)

### 2.2.2. Gründe der Gehörlosigkeit

Die Ursachen der Gehörlosigkeit werden zwischen ihrem Ausmaß und dem Zeitpunkt (der Erkennung) des Hörverlustes unterschieden, d.h. das Alter sowie

das Entwicklungsstadium des Menschen sind beim Eintreten der Gehörlosigkeit von hoher Bedeutung. Das Ausmaß der Gehörlosigkeit wird grob in gehörlos und hörbehindert eingeteilt. Bei letzterem kann die Person von fast gar nichts bis zu kleinen Beeinträchtigungen hören. Generell werden die Menschen als gehörlos bezeichnet,

„die ohne Gehör oder nur mit einem geringen Restgehör geboren wurden oder das Gehör noch vor dem Spracherwerb verloren haben. Die Hörreste sind für den Spracherwerb unzureichend, ohne behindertenspezifische Hilfestellung und Maßnahmen ist der Spracherwerb nicht möglich“ (glvmu 2002b).

Das heißt nicht, daß Gehörlose nicht der Lautsprache mächtig werden können. Viele Gehörlose kommunizieren genauso wie Hörende mittels der Lautsprache. Der letzte Punkt berührt die Gebärdensprache und die darauf fußende Gehörlosenkultur. Dieses wird im Kapitel 2.4. ausführlich behandelt.

Der Zeitpunkt des Wirksamwerdens wird in prä-, peri- und postnatale Ursachen unterteilt, d.h. es wird vor allem zwischen ererbter und erworbener Gehörlosigkeit unterschieden.

### Pränatale Ursachen

Bei der prälingualen Ursache geht es um die angeborene Gehörlosigkeit, die von Geburt an festgestellt werden kann. „Zur Gruppe der pränatalen Ursachen zählen alle Faktoren, die eine Schädigung des Gehörorgans und der zugehörigen Areale im Neokortex schon vor der Geburt bewirken. In diese Gruppe fallen alle Erbschäden und die Embryopathien.“ (Brader 1998, S. 29)

Sacks bezeichnet die „präverbalen Gehörlosen“ als

„die Gehörlosen im eigentlichen Sinne (...). Für sie, die nie gehört haben, die über keinerlei auditive Erinnerungen, Vorstellungen oder Assoziationen verfügen, kann es nie auch nur die Einbildung, die Imagination eines Geräusches geben. Sie leben in einer Welt vollständiger, von nichts durchbrochener Gehörlosigkeit und Stille.“  
(Sacks 2001, S. 27f.)

Kritik wird an Aussagen wie dieser in erster Linie von Gehörlosen geäußert. Denn Menschen mit einer angeborenen Gehörlosigkeit sind trotz allem in der Lage Schwingungen – beispielsweise von Musik – sowie Schall wahrzunehmen und entwickeln ein ungeheures Gespür für diese.

#### Perinatale Ursachen

Der Zeitraum kurz vor, während oder nach der Entbindung wird als perinataler Zeitraum bezeichnet. Ursachen für eine Hörschädigung in diesen Zeitraum können Atemstillstand, Schädelverletzungen oder Sauerstoffmangel während der Geburt sein.

#### Postnatale Ursachen

Ein postnataler Hörverlust ist meist die Folge einer Meningitis, von Masern, Scharlach, Mumps oder anderen bakteriellen Infektionen. (vgl. Brader 1998, S. 30)  
Die hieraus resultierenden Folgeerscheinungen sind eine Innenohr- und/oder Gehörnervenerkrankung. Ferner können Schädelverletzungen infolge eines Unfalls die Ursache für den Hörverlust sein.

Der Hörsturz ist im Erwachsenenalter die häufigste Ursache für eine Hörschädigung. Beeinträchtigungen des Hörvermögens werden jedoch genauso durch Unfälle, Lärm, Krankheiten oder einfach altersbedingt hervorgerufen. Im

Alter von 60 ist im Schnitt eine unter drei Personen bereits schwerhörig oder sogar gehörlos.

Mit Schwerhörigkeit ist eine vorübergehende oder andauernde Restriktion des Hörvermögens gemeint. „Bei einer Schwerhörigkeit ist die Hörfähigkeit mehr oder weniger eingeschränkt. Der Hörverlust reicht von leicht-, mittel bis hochgradig[er] (...) Schwerhörigkeit.“ (Huber 1999, S. 8) Ursachen sind auch hier prä-, peri- oder postnataler Natur. Schwerhörige haben teilweise Probleme mit der Aufnahme von akustischen Signalen, „die auditive Auffassung von zusammenhängender Sprache sowie der Kontrolle des eigenen Sprechens ist dem Schwerhörigen aber noch prinzipiell möglich“ (Burghofer 1995, S. 5). Entscheidend, im Unterschied zu den Gehörlosen ist, daß Schwerhörige über ausreichende Hörreste verfügen, um die Lautsprache weitgehend natürlich zu erlernen – auch im Falle von pränatalen Ursachen.

Hörgeräte und andere technische Hörhilfen können insbesondere den Schwerhörigen – bis zu einem gewissen Grad ebenso den Gehörlosen – das Hören erleichtern.

### 2.3. Sprache

Sprache ist Ausdruck unserer Gedanken und unserer Sicht der Welt – sie dient dem Erwerb von Wissen sowie der Kommunikation.

Kommuniziert wird hauptsächlich über die **Sprache**. „In ihrer Eigenschaft als *Medium* symbolisch vermittelter Interaktion soll Sprache als eine Instanz gesehen werden, die dazu dient, Inhalte unseres Bewußtseins anderen Menschen

zugänglich zu machen.“ (Burkart 2002, S. 77)<sup>9</sup> Ohne Sprache kann demnach keine Verständigung<sup>10</sup> erlangt werden; dies setzt bei den Kommunikationspartnern wiederum einen gemeinsamen Code voraus. „Bezogen auf die Sprache bedeutet dies, daß die Symbole in Form von Zeichen(folgen) bzw. Worten, aus denen sich Sprache zusammensetzt, in gleicher Weise verwendet und interpretiert werden müssen.“ (Kunczik 2001, S. 31)<sup>11</sup>

„Für Humboldt ist der ‚Charakter‘ einer Sprache im wesentlichen kulturell bedingt – er bringt die Art des Denkens und Fühlens und Strebens eines ganzen Volkes zum Ausdruck.“ (Sacks 2001, S. 181f.) Der „Charakter“ der Gebärdensprache ist zudem biologisch bedingt,

„denn sie ist in Gebärden, in einer Ikonizität, in einer radikalen Visualität verwurzelt, die sie von allen gesprochenen Sprachen unterscheidet. Biologisch betrachtet entsteht die Sprache von unten, aus dem ununterdrückbaren Bedürfnis des Menschen zu denken und zu kommunizieren. Kulturell betrachtet wird sie jedoch von oben geschaffen und übermittelt – als lebendiger und wichtiger Ausdruck der Geschichte, der Weltsicht, der Bilder und Leidenschaften eines Volkes.“ (ebd.)

Die Gebärdensprache verkörpert die persönliche und kulturelle Identität der Gehörlosen. „Denn der Sprache eines Volkes ‚wohnen‘, schreibt Herder, ‚sein ganzes Gedankengut, seine Tradition, Geschichte, Religion und die Grundlage seines Lebens, all sein Herz und seine Seele inne‘ (o.A.).“ (ebd.)

Sprache und Kommunikation sind für den Menschen demnach von hoher

---

<sup>9</sup> Ausführlich behandelt Burkart (2002) die Sprache im Kapitel „Kommunikationsmedium Sprache“.

<sup>10</sup> Siehe dazu ausführlich Kap. 2.6.2.

<sup>11</sup> Bei Zeichen müssen die syntaktische, semantische und pragmatische Dimensionen (Teilbereich der ‚Semiotik‘) unterschieden werden. Siehe dazu weiters Kunczik (2001, S. 31) und Burkart (2002, S. 78f.).

Bedeutung. Zunächst stellt sich noch die Frage, warum Kommunikationsmittel überhaupt gebraucht werden. Vier Aspekte sind hierbei hervorzuheben:

- „1. Kommunikation und Sprache sind eine wichtige Voraussetzung für die kognitive Entwicklung des Kindes.
2. Die Aneignung der Kultur ist ohne kommunikative Kompetenz nicht möglich.
3. Die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe wird hauptsächlich über die Sprache sichergestellt.
4. Kommunikation ist notwendig, um die Umwelt zu kontrollieren und selbst etwas bewirken zu können.“ (Adam 1996, S. 1)

Zu den letzten beiden Aspekten ist im Zusammenhang mit dieser Arbeit hervorzuheben, daß die Sprache einerseits dem **Informationsaustausch** dient, andererseits bewirkt der Austausch über das allen Bekannte ein **Gefühl der Gruppenzugehörigkeit**. Zudem dienen Kommunikationsmittel nicht nur dazu, Informationen zu geben und zu erhalten, sondern ebenso um sich und andere zu unterhalten sowie um seine Absichten, Gefühle und Ansichten auszudrücken.

Lernt der Mensch keine Sprache wirkt sich dies auf seine intellektuelle Fähigkeit aus, denn die geistige Kompetenz des Menschen steht in Abhängigkeit zu seinen Kommunikationsmöglichkeiten und noch viel wesentlicher ist in Folge die Störung seiner gesamten Entwicklung.

„Mangelnde Sprachbeherrschung ist für ein menschliches Wesen eine der furchtbarsten Katastrophen, denn nur mittels der Sprache können wir uns das Menschsein und die menschliche Kultur wirklich aneignen, frei mit unseren Mitmenschen kommunizieren und Informationen aufnehmen und weitergeben [Hervorhebung der Verfasserin].“ (Sacks 2001, S. 29)

Die Sprache ist unser wichtigstes Kommunikationsmittel; trotz allem sollte die nonverbale Kommunikation nicht außer Acht gelassen werden. Nonverbale Ausdrucksmittel sind Gestik, Mimik, Körperhaltung, Stottern, etc. Die vielzitierte

Formulierung Watzlawicks: „Man kann nicht nicht kommunizieren“ bringt dies zum Ausdruck, oder wie Luhmann es definiert:

„Selbst die Kommunikation, nicht kommunizieren zu wollen, ist dann noch Kommunikation; und es bedarf im allgemeinen einer institutionellen Erlaubnis, wenn man sich in Anwesenheit anderer gelegentlich mit seinen Fingernägeln beschäftigt, aus dem Fenster hinausschaut, sich hinter einer Zeitung zurückzieht. Praktisch gilt, daß man in Interaktionssystemen nicht nicht kommunizieren kann; man muß Abwesenheit wählen, wenn man Kommunikation vermeiden will.“ (Luhmann 1984, S. 562; zit. n. Jäckel 1995, S. 94)

## 2.4. Gebärdensprache

Die Gebärdensprache muß man sich als visuelle Sprache vorstellen, also als ein visuelles Kommunikationssystem – sie ist sozusagen die Stimme des Körpers. Genutzt werden hierbei die visuellen Ausdrucksmittel des Gesichts, der Hände und des Körpers. Gebärdensprachen, denn von diesen gibt es viele verschiedene, mit wiederum den unterschiedlichsten Dialekten, bestehen wie schon das Wort besagt aus Gebärden. Die Sprache der Österreichischen Gehörlosengemeinschaft ist die Österreichische Gebärdensprache (ÖGS), gebärdet wird hierzulande allerdings ebenso in der Steirischen Gebärdensprache oder der Vorarlberger Gebärdensprache. In Deutschland wird die Deutsche Gebärdensprache gesprochen, in China die Chinesische Gebärdensprache und in den USA ist es die American Sign Language (ASL).<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Die Gebärdensprache ist eine natürlich erlernte Sprache und keine erfundene Sprache wie bsp. Esperanto.

### 2.4.1. Struktur der Gebärdensprache

Gebärden sind nicht als Bilder oder Pantomimen vorzustellen, sie sind „komplexe abstrakte Symbole mit einer komplexen inneren Struktur“ (Sacks 2001, S. 118). Jede Gebärde besteht aus voneinander unabhängigen Teilen: Handform, Handstellung, Ausführungsstelle sowie der Bewegung. All dies muß bei einer Gebärde beachtet werden, damit die Wörter einen Sinn erhalten. Gebärdensprachen haben eine eigene linguistische Struktur. Es sind „vollwertige, natürliche Sprachen mit einer ganz spezifischen Struktur und einer eigenen Grammatik“ (Institut für Übersetzer- und Dolmetscherbildung 1999, S. 4) genauso wie die Lautsprachen.<sup>13</sup>

„Ihre Syntax, Grammatik und Semantik bedürfen keiner Ergänzung, aber sie unterscheiden sich in ihrem Wesen von denen aller andern artikulierten oder geschriebenen Lautsprachen. Es ist daher nicht möglich, eine gesprochene Sprache Wort für Wort, Satz für Satz in die Gebärdensprache zu übersetzen – ihre Strukturen sind grundsätzlich verschieden.“ (Sacks 2001, S. 56)

Die Gebärdensprache wird als lebendig und lebhaft beschrieben, eine Sprache, in der Gefühle und Emotionen stärker und intensiver als in jeder anderen Sprache zum Leben erweckt werden können. Dies liegt wohl vor allem an ihrer außerordentlichen Bildkraft. Sie ist die natürlichste und leichteste Art der Kommunikation für Gehörlose, denn Sprechen lernen ist für sie sehr harte Arbeit. Der wesentliche Unterschied zwischen der Lautsprache und der Gebärdensprache ist, daß die Lautsprache eine akustische Sprache ist und um sie zu verstehen,

---

<sup>13</sup> An dieser Stelle sollte noch die bedauerliche Tatsache erwähnt werden, daß die Gebärdensprache in Österreich bis heute nicht anerkannt ist, obwohl sie sozusagen die ‚Muttersprache‘ der Gehörlosen ist und bei der Mehrheit ebenso die bevorzugte Sprache ist. Österreich hinkt hierbei im Vergleich zu anderen europäischen Ländern sehr hinterher.

muß man zuhören können. Die Gebärdensprache ist eine visuelle Sprache und um sie zu verstehen, muß man **zuschauen** können.

#### 2.4.2. Erwerb der Lautsprache und einhergehende Lesekompetenz

Die Sprachkompetenz Gehörloser hängt stark von Grad, Zeitpunkt und Art der Hörschädigung ab, denn wenn Sprache nicht über das Ohr aufgenommen werden kann, entstehen massive Defizite bezüglich der Begriffsbildung, des Wortschatzes sowie der Grammatik. Außerdem kommt es auf die Förderung sowie die pädagogischen Maßnahmen an, die ein hörgeschädigtes Kind erhält. Von der Kommunikation, dem sozialen Umfeld sowie der „persönlichen Prädisposition“ (Taubenschlag 2002a) hängen Grad und Art der Sprachkompetenz in Laut-, Schrift- und/oder Gebärdensprache ab. (vgl. Taubenschlag 2002a)

Der Verlust des Gehörs bei Kindern ist hier besonders schwerwiegend, d.h. der Verlust mit der Geburt, im ersten oder zweiten Lebensjahr hat die weitreichendsten Folgen.<sup>14</sup> Diese Kinder müssen sich an visuellen Eindrücken und Ritualen orientieren. Des weiteren wird die Fähigkeit ‚zu sprechen‘ und damit im Anschluß kommunizieren zu können als sehr wichtig für die Entwicklung des Kindes angesehen. Unterschieden wird hier zwischen drei Gruppen von hörgeschädigten Kindern und Erwachsenen:

1. Kinder, die von Geburt an taub sind bzw. noch vor dem Erlernen der Lautsprache ertaubt sind,
2. Kinder und Erwachsene, die erst nach dem Erwerb der Lautsprache ertaubt sind und darum noch im Besitz derselben geblieben sind, und

---

<sup>14</sup> Brader (1988) führt an, daß neurologische Untersuchungen diese Aussage bestätigen.

3. Kinder und Erwachsene, die schwerhörig sind und noch über soviel Hörfähigkeit verfügen, daß sie Sprache verstehen und erlernen können. (vgl. Tratzki o.J., S. 1)

Ein Totalausfall des Gehörs nach dem primären Spracherwerb wird zwar mit Regressionen im Sprachbereich verbunden sein (vgl. Brader 1998, S. 30), ansonsten jedoch weniger tragische Folgen haben. Hier muß ebenso zwischen Kindern und Erwachsenen unterschieden werden, da letztere ein viel festes Standbein in der Gesellschaft haben sowie die Schriftsprache bereits beherrschen und somit weniger unter den Folgen des Hörverlustes leiden. Beispielsweise übersteigt die Lese- bzw. Schriftsprachkompetenz bei Erwachsenen, die im frühen Kindesalter ihr Gehör verloren haben, teilweise nicht die eines Grundschulschülers.

„Entscheidend beim Lesen ist für den Hörbehinderten, wieviel Zeit er benötigt, um einen Text zu verstehen. (...) Durch folgende Fakten kann ein Text für einen Gehörlosen verständlich gemacht werden: kurze Sätze, kurze Wörter [und] hoher Prozentsatz an geläufigen, d.h. häufig gebrauchten Wörtern.“ (Müller 1986, S. 46)

Lesen ist jedenfalls eine der Grundlagen für die Mediennutzung.<sup>15</sup> Mangelnde schriftsprachliche Kenntnisse wirken sich auch negativ auf die Medienkompetenz einer Person aus, denn mediale Inhalte können nicht mehr vollständig rezipiert werden. Die Unterschiede zwischen den Gehörlosen in Bezug auf die Lesekompetenz bzw. auf die sprachlichen Kenntnisse können sehr groß sein. Es gibt gehörlose Menschen, die nur sehr schlecht lesen können, und wenn sie die Lautsprache beherrschen, sprechen sie diese eher gebrochen. Auf der anderen

---

<sup>15</sup> Donsbach weist daraufhin, daß Lesen eine „Schlüsselqualifikation“ ist: Wissen, Bildung und intellektuelle Identität sind Ergebnisse von Strukturierungsprozesse im Hirn. Diese entstehen durch referentielle Informationsverarbeitung. Das Lesen ist dabei der zentrale referentielle Vorgang. Frühes Lesen (bis zur Adoleszenz) prägt unser Gehirn, und gute Leser sind auch die kompetenteren Nutzer anderer Medien.“ (Donsbach 1998, S. 34)

Seite gibt es wiederum Gehörlose, bei denen im Vergleich zu Hörenden (fast) kein Unterschied auffällt. Dies wirkt sich auch auf die Nutzung des Internet aus.<sup>16</sup>

Schaut man sich allerdings Websites für Hörbehinderte an, folgen diese nicht unbedingt den oben genannten Fakten. Sie lesen sich – von der sprachlichen Seite betrachtet – mehr wie jede andere Website; sind allerdings inhaltlich auf die Bedürfnisse der Hörgeschädigten abgestimmt.

Gehörlosen bleibt die Kommunikation über das Ohr verwehrt. Um also die Lautsprache verstehen zu können müssen Gehörlose das Lippenlesen erlernen; d.h. Wörter vom Mund bzw. von den Lippen ablesen und dies ist eine sehr schwierige Angelegenheit, die jahrelange Übung und Praxis erfordert. Ruß schreibt, „nur etwa 30 Prozent des phonetischen Informationsgehalts können abgeschaut werden.“ (Ruß 1994, S. 176) Auch sind sich beispielsweise Wörter wie *Mutter* und *Butter* sehr ähnlich, es muß somit gehörlosen Kindern sehr früh beigebracht werden, „vom Bild der Lippen auf die gesprochenen Laute zu schließen und so das Gesagte zu entschlüsseln“. (deaf.uni-klu. 2001) Wichtig ist hierbei, in gleichem Maße den Kontext des Gesagten deuten und erschließen zu können.

Es kann – muß aber nicht – durch die Sprachbehinderung, zu einem verminderten Abstraktionsdenken kommen. „Die Gehörlosigkeit wirkt sich nicht nur auf gewisse intellektuelle Fähigkeiten aus, sondern auch auf die Persönlichkeitsentfaltung und auf die Körpermotorik.“ (Müller 1986, S. 37)

---

<sup>16</sup> "Sprachkompetenz ist ein Kontinuum, und jemanden da einzusortieren wohl sehr schwer. Sieh dich doch mal in den Diskussionsforen um! Da gibt es welche, die auf sprachlich (und inhaltlich) hohem Niveau ablaufen, aber auch welche mit niedrigem. Und es gibt sogar Websites von Leuten, bei denen man den Eindruck hat, sie würden wunderbar DGS [= Deutsche Gebärdensprache], aber eben nicht Deutsch beherrschen." Persönliche Mitteilung via Email vom 29.04.02 von Bernd Rehling, Taubenschlag.



## 2.5. Gehörlosenkultur und Gehörlosengemeinschaft

### 2.5.1. Gehörlosenkultur

Kultur ist die Gesamtheit der geistigen und künstlerischen Lebensäußerungen. (vgl. Großes Duden Lexikon 1966, S. 818) Sie umfaßt u.a. den Umgang der Menschen miteinander, die Sprache, die Kunst und das Theater sowie ihre Werte und Überlieferungen. Die Kultur einer Gesellschaft ist ständig Veränderungen unterzogen, sie ist nicht etwas Starres oder Festgefahrenes. Eng mit der Kultur einer Gesellschaft ist ihre Sprache verbunden. Denn die Sprache ist eines der elementaren Dinge, die einer Kultur ihre Bedeutung geben.<sup>17</sup>

Die Gebärdensprache erweitert demzufolge nicht nur die sprachliche und kommunikative Kompetenz der Gehörlosen, sie verbindet die Gehörlosen in der Gehörlosengemeinschaft: sie „ist nicht nur ein notwendiges Kommunikationsmittel, sondern auch prägender Teil der Identität und des Selbstwertgefühls gehörloser Menschen“ (Institut für Übersetzer- und Dolmetscherbildung 1999, S.4). Die Gehörlosengemeinschaft sowie die Gehörlosenkultur befriedigen das Bedürfnis nach Zugehörigkeit, Anerkennung und Solidarität.

---

<sup>17</sup> In diesem Zusammenhang möchte ich folgendes Zitat von Neil Postmann (2000, S. 19) hervorheben, das die Situation bzw. Perspektive von Gehörlosen und dem Internet „beschreibt“: „Kultur ist zwar ein Produkt der Sprache; aber von jedem Kommunikationsmedium wird sie neu geschaffen, von der Malerei und den Hieroglyphen ebenso wie vom Alphabet und vom Fernsehen. Wie die Sprache selbst, so begründet auch jedes neue Medium einen bestimmten, unverwechselbaren Diskurs, indem es dem Denken, dem individuellen Ausdruck, dem Empfindungsvermögen eine neue Form zur Verfügung stellt.“ An dieser Stelle ausführlicher auf diesen Gedanken einzugehen, würde den Rahmen der Arbeit sprengen; es soll dennoch zum Nachdenken anregen.

### 2.5.2. Gehörlosengemeinschaft

Die Gehörlosengemeinschaft bezeichnet sich häufig als Gebärdensprachgemeinschaft, worin die Bedeutsamkeit der Gebärdensprache besonders stark zum Ausdruck kommt. Auf der Website des Gehörlosenverbandes München heißt es sogar, „die Gebärdensprache ist die Grundlage der Gehörlosenkultur“ (glvmu 2002b). Und weiter „Gehörlose sind visuell orientierte Menschen und kommunizieren mit den Händen. Dadurch entstehen (teilweise) andere Erfahrungen, Gefühle, Gedanken und Ausdrücke als bei den Hörenden.“ (ebd.) Die Gemeinschaft der Gehörlosen hat ihre eigenen Werte und Traditionen, einen eigenen Erfahrungsschatz, eine eigene Mentalität und Gefühlswelt sowie gemeinsame Interessen, über die sie sich definiert, wobei die eigentliche Hörschädigung in den Hintergrund rückt. Diese Sprach- und Kulturgemeinschaft stärkt das Gefühl der Zusammengehörigkeit, wodurch allerdings die Ausgrenzung aus der Welt der Hörenden forciert wird. Doch vielleicht wollen viele gehörlose Menschen es auch so, denn es ist das, was sie wirklich *für sich haben* und die Gebärdensprache ermöglicht es einfach über die Hörenden hinweg zu reden. Gehörlose sind eine eigene sprachliche und kulturelle Minderheit. Was sie von anderen Minderheiten unterscheidet ist, daß sie bis heute in den meisten Gesellschaften nicht als Minderheit anerkannt sind; verstärkt wird dieses Problem durch die gesetzliche Nichtanerkennung der Gebärdensprache als Sprache in noch sehr vielen Ländern, so auch in Österreich. Dabei sind sie genauso als eine Minderheit zu sehen wie die Saamen in Nordeuropa – nur daß sie eben eine Minderheit aufgrund ihrer Sprache sind.

Der Gehörlosengemeinschaft gehören jedoch nicht alle gehörlosen Menschen an. Viele gehörlose Menschen pflegen keinen bzw. kaum Kontakt zu anderen Hörgeschädigten und sind in der hörenden Kultur *zu Hause*. Größtenteils sind dies gehörlose Kinder aus hörenden Familien; nur in sehr wenigen Familien sind Eltern und Kinder gehörlos. Viele dieser Gehörlosen wachsen lautsprachlich auf und beherrschen oftmals selbst nicht die Gebärdensprache. Fremde erkennen ihre Gehörlosigkeit teilweise erst auf den zweiten Blick.

## 2.6. Kommunikation Gehörloser

Das Ausmaß und der Zeitpunkt der Schädigung des Gehörs spielen wie gesagt eine wesentliche Rolle bei der Beeinträchtigung der Sprache und folglich bei der Kommunikation. Denn für uns Menschen ist die Sprache die wichtigste Form von Kommunikation.

„Kommunikation ist ein menschliches Grundphänomen, weil der Mensch nur deswegen Mensch ist, weil er kommuniziert. Erst dadurch produziert er sich als Kultur- und Sozialwesen und bildet sich sein Selbstbewußtsein aus, und dadurch und damit entstehen auch Kultur und Gesellschaft.“ (Krotz 1998, S. 126)

### 2.6.1. Definition von Kommunikation

In der Informations- und Mediengesellschaft dehnen sich die kommunikativen Aktivitäten der Gesellschaftsmitglieder aus – dies bezieht sich auf den massenmedialen Bereich genauso wie auf den Bereich der interpersonalen Kommunikation. Maßgebend ist hierbei u.a. der Stellenwert der Information und somit die Weitergabe von Information bzw. von Wissen, die durch Kommunikation in Schrift und Sprache erfolgt.

Zunächst soll der Begriff Kommunikation – als Prozeß, in seinen Funktionen etc. – betrachtet werden<sup>18</sup> und einen Einstieg in den Themenbereich vorbereiten. Im Alltag scheint dieser Begriff für jeden recht klar umrissen zu sein, vom wissenschaftlichen Standpunkt aus umfaßt der Kommunikationsbegriff jedoch mehrere Ebenen und wird in der Literatur in einer immensen Vielfalt verwendet.

Hillmann betrachtet den Kommunikationsbegriff nicht ausschließlich vom kommunikationswissenschaftlichen Standpunkt, kommt allerdings schon hier diesem sehr nahe und definiert Kommunikation im allgemeinen als

„einfach die nachrichtl. Übertragung bzw. Signalisierung von sozial signifikanten Bezugsinhalten (oder Symbolen), wobei das Transmissionsgut nicht Materie oder Energie ist, sondern die Qualität von Zeichen aufweist. Nach diesen Definitionen ist Kommunikation entweder menschl. Fähigkeit bzw. menschliches Grundbedürfnis; oder Grundelement jeder sozialen Beziehung zw. Menschen, bei der gegenseitig orientiertes Verhalten (durch Gestik, Mimik, Sprache u.a.) immer auch den Sinn der Informationsübermittlung hat; oder das Ergebnis eines Informationsflusses, wobei Information als Zeichen betrachtet wird, das von einem Kommunikator (Informationsquelle) zur Realisierung seiner Aussageabsicht erzeugt u. dabei auf die soziale Rolle bzw. Verstehensmöglichkeit des Rezipienten (Informationsempfänger) bezogen wird.“ (Hillmann 1994, S. 426f)

Kunczik faßt Kommunikation zusammen

„als funktional notwendige Voraussetzung für jegliche Gesellschaft und als den sozialen Basisprozeß an sich. Soziale Systeme können sich nur dann bilden und erhalten, wenn die teilnehmenden Personen miteinander durch Kommunikation verbunden sind, denn jedes gemeinsame Handeln von Individuen basiert auf geteilten, durch Kommunikation übermittelten Bedeutungen.“ (Kunczik 2001, S. 27)

---

<sup>18</sup> Es wird hier nur ein grober Überblick gegeben. Nähere Informationen zur Kommunikation etc. bieten Kleinstuber/Hagen (1998, S. 66f) sowie Burkart (2002, passim).

Mit anderen Worten, Kommunikation als ein menschliches Grundbedürfnis, kann in erster Linie einmal als die Übermittlung von Information durch eine Mitteilung verstanden werden.<sup>19</sup>

„Kommunikation ist intentional, d.h. ein zielgerichteter, zur Verwirklichung bestimmter Absichten und Zwecke bestimmter Vorgang. Die Intentionalität geht sowohl vom Kommunikator als auch vom Rezipienten aus.“ (Noelle-Neumann 1997, S. 160) Die Ziele der beiden Kommunikationspartner unterscheiden sich durchaus bei diesem Prozeß; denn Rezipienten verstehen, interpretieren und nutzen die ausgesendeten Mitteilungen von Seiten des Kommunikators häufig anders als dieser es beabsichtigt. (vgl. ebd.)

#### 2.6.2. Der Kommunikationsprozeß

Kommunikation ist überdies als ein sozialer Prozeß zu verstehen.

„Als Kommunikation bezeichnet man einen Vorgang, der auf bestimmten Gemeinsamkeiten zwischen verschiedenen Subjekten beruht. Der Begriff ist vom Lateinischen *communis* = *gemeinsam* abgeleitet. Gemeinsam haben Kommunizierende: erstens eine materielle oder energetische Verbindung zur Übertragung von Signalen; zweitens eine durch Erwartungen gekennzeichnete Beziehung, aus der Information entsteht; drittens bestimmte übereinstimmende Kognitionen, d.h. Wissen, Erfahrungen, Bewertungen usw., aus denen sich die Erwartungen ableiten und die den Signalen Bedeutung verleihen; und viertens bestimmte Absichten oder Folgen in bezug auf ihren Zustand oder ihr Verhalten. Kommunikation wird häufig mit Begriffen umschrieben wie: Verständigung, Mitteilung, Interaktion, Übertragung.“ (ebd., S. 140)

---

<sup>19</sup> Informationen werden erzeugt, indem Menschen verschiedene bestehende Informationen austauschen, d.h. eine Mitteilung bezieht ihre „Informationshaltigkeit“ (Schulz 1997, S. 148) aus ihrer Stellung im Kommunikationsprozeß. Der Erkenntniszuwachs steht demnach in engem Zusammenhang mit der Beziehung zwischen Kommunikator und Rezipient.

Kommunikation findet statt, wenn ein Austausch von **Informationen**, Signalen oder Botschaften von einem Sender zu einem Empfänger durch Sprechen, Schreiben oder Gestikulieren übermittelt wird. Es erfolgt ein Informationstransfer. Das (angestrebte) Ziel zwischen den beiden Kommunikationspartner ist dabei **Verständigung** – diese kann nur dann erzielt werden, wenn der Empfänger einer Aussage oder Mitteilung ebendiese so versteht wie dies vom Kommunikator ursprünglich beabsichtigt wurde. In diesem Sinne schreibt Burkart, „erst der *wechselseitig (!) stattfindende Prozeß der Bedeutungsvermittlung* soll als Kommunikation begriffen werden.“ (Burkart 2002, S. 32f.) Die Reziprozität ist von besonderer Bedeutung für das Kommunikationsgeschehen. Durch Kommunikation können die gemeinsamen Erfahrungen der Gesellschaftsmitglieder gefestigt werden und neue Gemeinsamkeiten entstehen. Denn Kommunikation hat seit jeher gemeinschaftliche, unterhaltende sowie kreative Funktionen wie beispielsweise bei Festen oder Ritualen. (vgl. Noelle-Neumann 1997, S. 140–144; vgl. Kunczik 2001, S. 26–30; vgl. Burkart 2002, S. 25–29)

### Interaktion

Wie zu erkennen ist, stehen die Begriffe *Kommunikation* und *Interaktion*<sup>20</sup> in enger Beziehung zu einander. Jäckel (1995, S. 94) schreibt, „wenn Interaktion stattfindet, findet auch immer Kommunikation statt. Kommunikation kann auch ohne Interaktion stattfinden“. Interaktionen resultieren aus den wechselseitigen Beeinflussungen oder Orientierungen der Interaktionspartner (vgl. ebd.), d.h. zwischen Menschen oder Menschen und informationsverarbeitenden Systemen<sup>21</sup>,

---

<sup>20</sup> Nähere Informationen und einen Überblick zum Interaktions-Begriff geben u.a. Jäckel 1995 und Burkart 2002.

<sup>21</sup> Auf den Interaktionsprozeß im Zusammenhang mit Medien wird im folgenden noch näher eingegangen.

die ihre Handlungen gegenseitig aufeinander beziehen. Noelle-Neumann spricht dabei von einer „symmetrisch, reziproken Kommunikation im direkten Kontakt von Personen“ (Noelle-Neumann 1997, S. 147).

„Dabei werden in der Regel Bezüge zwischen Kommunikation, Sprache und Sozialisation hergestellt, wie sie bei allen Formen *interpersonaler Interaktion* auftreten. Während Kommunikation allgemeine Voraussetzung für *soziales Handeln*, für die wechselseitige Beeinflussung und *reziproke* Verhaltensorientierung von Individuen ist, werden durch die Interaktion die Formen und der Ablauf kommunikativer Handlungen angezeigt, d.h. Kommunikation und Interaktion bedingen einander gegenseitig.“ (ebd., S. 173)

Das Internet bzw. Online-Medien sowie Internetdienste zeichnen sich durch zeitlich synchrone bzw. asynchrone Interaktion aus. Die hier vollzogenen Handlungen, ob nun zwischen Menschen oder zwischen Mensch und „informationsverarbeitendem System“, sind weder indirekt noch einseitig, auch wenn sich Kommunikator und Rezipient nicht gegenüberstehen.

Fassen wir die bisherigen grundlegenden Überlegungen zunächst zusammen: Der Kommunikationsprozeß besteht aus einem wechselseitigen Übermitteln von Bewußtseinsinhalten zwischen Kommunikationspartnern.

Der Vorgang impliziert a) jemanden, der etwas mitteilen will, b) die Aussage selbst, c) ein Medium (= Vermittlungsinstanz, über die der Inhalt transportiert wird) und d) jemanden, an den sich die Botschaft richtet. (vgl. Burkart 2002, S. 63) Hierbei spielen die gemeinsamen Erfahrungen – verwendete Codes und Definition der Situation – der Kommunikationspartner eine besondere Rolle. Je größer deren Übereinstimmung ist, um so geringer sind die Verzerrungen im Kommunikationsvorgang, ergo findet eine bessere Verständigung statt.

### 2.6.3. Interpersonale Kommunikation

Die bisherigen Ausführungen beziehen sich nahezu ausschließlich auf die interpersonale Kommunikation – somit ist das wesentliche schon gesagt. Interpersonale Kommunikation findet in sozialen Situationen statt, die Kommunikationspartner müssen miteinander interagieren sowie aufeinander reagieren und eine Rückkoppelung des gegenseitigen Verstehens muß gegeben sein, damit von einer

erfolgreich stattgefundenen Kommunikation gesprochen werden kann.<sup>22</sup>

Interpersonale Kommunikation ist einerseits face-to-face Kommunikation, d.h. zwei oder mehrere Kommunikationspartner stehen einander gegenüber, andererseits ist hier die Rede von technisch vermittelter, interpersonaler Kommunikation wie dies beim Telefonieren oder beim Chatten der Fall ist.

Grundsätzlich ist nun zwischen der (face-to-face) Kommunikation zwischen Gehörlosen und der zwischen Gehörlosen und Hörenden zu unterscheiden.

#### Kommunikation zwischen Gehörlosen

Zwischen Gehörlosen selbst sollte es an sich keine Kommunikationsbarrieren geben, trotz allem kann dies vorkommen, wenn einer der beiden nur die Gebärdensprache spricht und der andere Gehörlose nur die Lautsprache. Diese (Lebens-) Situation wurden bereits in Kapitel 2.5. angesprochen. Sprechen

---

<sup>22</sup> Das Kommunikationsmodell von Shannon und Weaver veranschaulicht diesen Prozeß interpersonaler Kommunikation: „Der Grundgedanke des Modells ist, daß jede Informationsquelle einen Sender benötigt, der zur Neuorganisation (Encodierung) einer Botschaft dient, um diese dem zur Verfügung stehenden Kanal anzupassen. Der Empfänger muß die Botschaft in eine dem Ziel verständliche Form rückwandeln (decodieren), wobei ein gemeinsames Codesystem von Informationsquellen und Ziel vorausgesetzt wird.“ (Kunczik 2001, S. 43) Dieses Modell beachtet weder die situativen Begebenheiten („Situation“) noch den Rollenwechsel zwischen Sender und Empfänger. Weitere Modelle bietet Kunczik (2001 S. 41ff.).

allerdings beide Kommunikationsteilnehmer die Gebärdensprache, muß man sich die Situation sozusagen wie die zwischen zwei Hörenden vorstellen, nur daß eben gebärdet wird.

### Kommunikation zwischen Gehörlosen und Hörenden

Es geht in dieser Arbeit jedoch vorwiegend um den Kommunikationsprozeß zwischen hörenden und gehörlosen Menschen, bei dem durch die mangelnden Kommunikationsvoraussetzungen Probleme auftreten (können): erstens unterscheiden sich die verfügbaren Zeichenvorräte häufig – Gehörlose verfügen oft über einen geringeren Wortschatz als Hörende. Zweitens kann es insbesondere bei der Decodierung der empfangenen Signale zu Mißverständnissen kommen; denn der Gehörlose kann in der Regel nur etwa 30 Prozent des Gesprochenen von den Lippen ablesen und auch sprachliche Verständnisschwierigkeiten von seiten des Hörenden können den Kommunikationsprozeß erschweren. Drittens beeinträchtigt ein unterschiedliches Informationsniveau die Kommunikation. Gerade letzteres Problem kann durch das Internet – wegen des vereinfachten Informationszugangs – behoben werden.<sup>23</sup>

Der Informationstransfer bzw. die Übertragung der Mitteilung ist somit in all diesen Fällen gestört und Kommunikationsbarrieren müssen überwunden werden. Hierdurch wird das Kommunikationsziel der Verständigung – wie oben besprochen – nicht (immer) vollständig erreicht. Mit anderen Worten, der gesamte Kommunikationsprozeß ist erschwert, mit Problemen sowie Anstrengungen von beiden Seiten verbunden und häufig kommt es zwischen Hörenden und Gehörlosen zu Mißverständnissen.

---

<sup>23</sup> Auf diese Aspekte wird im weiteren Verlauf der Arbeit noch genauer eingegangen.

Vor allem im Alltag kommt es zu Kommunikationshemmnissen: sei es auf Ämtern, im Supermarkt oder am Arbeitsplatz. Schwierigkeiten gibt es ebenso im Kino oder im Theater.

Die technisch vermittelte Kommunikation wie dies beim Telefonieren der Fall ist, ist nur möglich, wenn beide Gehörlose bzw. Gehörloser und Hörender über ein Bildtelefon verfügen<sup>24</sup> oder eine dritte hörende Person sozusagen als Übersetzer fungiert.<sup>25</sup>

### Nonverbale Kommunikation

Das Verständnis der nonverbalen Kommunikation ist bei Hörgeschädigten stärker ausgeprägt. Nonverbale Kommunikation ist die Art von Kommunikation, die ohne gesprochene Sprache die menschliche Beziehung lenkt und aufrechterhält. Wichtig sind hierbei Körperbewegungen wie Gestik, Körperhaltung und Mimik, wie auch paralinguale Phänomene wie Lachen, Gähnen, ja sogar Sprechpausen. (vgl. Huber 1999, S. 10) So besteht ein Großteil der menschlichen Kommunikation aus nonverbaler Kommunikation.

### Ein Leben ohne Kommunikation

Ein Leben ohne jegliche Art von Kommunikation ist in den heutigen Gesellschaften<sup>26</sup> wohl unmöglich und überhaupt nicht vorstellbar. Doch so hat bzw. kann jeder Entzug von Kommunikation schwerwiegende Folgen haben.<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup> Dies ist relativ selten der Fall, denn die Anschaffung eines solchen Gerätes ist sehr teuer.

<sup>25</sup> Die Kommunikation via Fax wird an dieser Stelle noch häufig erwähnt; allerdings findet diese zeitlich versetzt statt und ist somit eine ganz andere Kommunikationsdimension.

<sup>26</sup> Die gegenwärtigen gesellschaftlichen, politischen sowie wirtschaftlichen Entwicklungen sind seit Mitte der 50er Jahre immer intensiver von Information und Kommunikation geprägt. Information und Kommunikation sind am Ende des 20. Jahrhunderts zu Schlüsselbegriffen heutiger Sozialsysteme geworden: Information und Kommunikation lassen sich in (fast) allen Lebenssituationen wiederfinden.

<sup>27</sup> Vgl. hierzu das Kapitel Sprache in der vorliegenden Arbeit.

Ohne jegliche Art von Kommunikation kann weder Sozialisation noch Integration erfolgen. Jarren schreibt:

„Integration als Prozess zu verstehen, bedeutet zum einen, Kommunikation (und damit Medien: Angebotsformen, Inhalte, Nutzung und Bewertung) zu betrachten. Denn Kommunikation ermöglicht sowohl Integration von Einzelnen in Gruppen oder von Gruppen in soziale Systeme als auch Integration auf den unterschiedlichen gesellschaftlichen Ebenen.“ (Jarren 200, S. 33)

Zudem wird die Entwicklung des Lernens und Denkens beeinträchtigt, denn die sprachliche Kommunikation ist hierfür von Anfang an eine Grundlage. Ohne Kommunikation aufzuwachsen hat also schwerwiegende Folgen. Nach Sacks ist

„alle Kommunikation, alles Denken auch emotional bestimmt (..) und [reflektiert] die persönlichen Bedürfnisse und Interessen, die Neigungen und Impulse des Individuums (..). Aus alledem ergibt sich, daß Fehlentwicklungen in der Kommunikation die Ausformung des Intellekts, den sozialen Umgang, die Entfaltung der Sprache und die Emotionalität beeinträchtigen, wobei die Schäden gleichzeitig entstehen und nicht nach einzelnen Bereichen zu trennen sind.“ (Sacks 2001, S. 100)

Abschließend bleibt zu sagen, daß Hörgeschädigte erschwerten Kommunikationsverhältnissen gegenüberstehen – dabei kommt es hauptsächlich zu Kommunikationsproblemen mit Hörenden, was oftmals an den Hörenden selbst liegt. Trotz allem und vielleicht gerade deswegen ist für Gehörlose im Zuge der gesellschaftlichen Integration eine „öffentliche Kommunikation“ besonders wichtig.

#### 2.6.4. Massenkommunikation

Im nächsten Schritt wollen wir uns der Massenkommunikation zuwenden. Interpersonale Kommunikation und Massenkommunikation beeinflussen sich

gegenseitig, es bestehen Gemeinsamkeiten ebenso wie Unterschiede zwischen ihnen. Interpersonale Kommunikation erfordert eine aktive und direkte Teilnahme der Kommunikationspartner – setzt also eine Reaktion auf Kommunikationsinhalte voraus und verwendet dabei mehrere Kommunikationskanäle (Sprache genauso wie nonverbale Kommunikation). Diese Kommunikationsinhalte werden zumeist durch die Medien – wie bereits erwähnt, spricht Jarren (2000, S.33) hier von „Angebotsformen, Inhalte, Nutzung und Bewertung“ – verbreitet. Aus der Perspektive der Gehörlosen sind es jedoch gerade die Massenkommunikationsmittel des Internet wie Email, ICQ etc., die einen starken Einfluß auf die interpersonale Kommunikation der Gehörlosen haben.

#### Zum Begriff der Massenkommunikation

Massenkommunikation ist technisch vermittelte Kommunikation. Bei der Massenkommunikation kann es nur *parasoziale* Beziehung zwischen Kommunikator und Rezipient geben, dies ist beispielsweise gegeben, wenn die Zuschauer zu Hause vor dem Fernseher sitzen und direkt angesprochen werden. Jäckel (1995, S. 98) spricht in diesem Zusammenhang von „para-sozialen Interaktionen“. Diese Beziehungen „können auch die Funktion haben, ein durch die Alltagserfahrung nicht mehr gewährleistetes Bedürfnis nach Zugehörigkeit zu einer Gesellschaft herzustellen (ebd.).“<sup>28</sup> Im herkömmlichen Sinn sind Reaktionen auf die Kommunikationsinhalte ausgeschlossen, denn es fehlen die Rückkanäle – im Zuge der Neuen Medien<sup>29</sup> trifft dies allerdings nicht mehr ganz zu.

---

<sup>28</sup> Vgl. hierzu auch die Integrationsfunktion der Medien in Kap. 3.1.

<sup>29</sup> Der Terminus Neue Medien bezieht sich auf Neuentwicklungen im Bereich Informationsspeicherung, Informationsbearbeitung und Informationsübertragung – unter anderem sind dies Videorecorder, Computer und

Neue Medien<sup>30</sup> können interaktiv einen Austausch zwischen Rezipienten und Medien schaffen. Diese Interaktivität war bis vor einigen Jahren nahezu nicht gegeben und wenn dann nur zeitversetzt wie beispielsweise bei Leserbriefen. Massenmedien haben eine größere Reichweite, denn sie richten sie an eine Vielzahl von Menschen und sind infolge der großen übermittelten Informationsmenge stärkeren Selektionsprozessen durch die Rezipienten ausgesetzt. Häufig wird deshalb bei Massenkommunikation von indirekter Kommunikation gesprochen.

Die weitverbreitetste Definition von **Massenkommunikation** in der deutschsprachigen Literatur stammt von Gerhard Maletzke:

„Unter **Massenkommunikation** soll mithin jener Prozeß verstanden werden, bei dem Aussagen öffentlich (d.h. ohne begrenzte oder personell definierte Empfängerschaft), indirekt (d.h. bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartner) und einseitig (d.h. ohne Rollenwechsel zwischen Aussagendem und Aufnehmendem), durch technische Verbreitungsmittel (sog. ‚Massenmedien‘) an ein disperses Publikum (im oben definierten Sinne) vermittelt werden.“ (Maletzke 1963, S. 32; zit. n. Burkart 2002, S. 171)

Als Massenkommunikationsmittel bzw. Massenmedien bezeichnet Maletzke (1963, S. 76; zit. n. Kunczik 2001, S. 54) technische Instrumente oder

---

Internet, Bildschirmtext sowie Kabel- und Satellitenrundfunk etc. „Weiters kann der Begriff *Neue Medien* als Synonym für die Veränderung der Strukturen aller Massenmedien (Buch, Presse, Hörfunk, Fernsehen, Film) verwendet werden.“ (Koller 1999, S. 39)

<sup>30</sup> McQuail sieht einen der Kernpunkte der (elektronischen) Neuen Medien in deren Integration (in ein Medium). „We are witnessing the evolution of a universal, interconnected network of audio, video and electronic text communication that will blur the distinction between interpersonal and mass communication and between public and private communication.“ (Neumann 1991, S. 12; zit. n. McQuail 2000, S. 122) Generell kann davon ausgegangen werden, so McQuail (2000, S. 128), daß die Neuen Medien sich in einigen Dimensionen von den ‚alten‘ Medien abheben. „New media compared with ‚old‘ media have a capacity to be more interactive, have more special presence, be more private, give more autonomy. They also have greater capacity for playfulness, in so far as play is interactive either with people or machines.“

Apparaturen, mit deren Hilfe Aussagen öffentlich, indirekt und einseitig (auch asymmetrisch) einem *dispersen Publikum*<sup>31</sup> vermittelt werden.

Massenkommunikation wird allgemein als ein recht „offenes gesellschaftliches Teilsystem gesehen, welches mit den anderen Systemen im Austausch steht.“<sup>32</sup> (Schenk 1997, S. 172) Massenkommunikation trägt zur Integration und zur „diskursiven Verarbeitung kultureller Werte“ (ebd., S. 185) bei, prägt die öffentliche Meinung und trägt „etwa zur Thematisierung (agenda-setting)“ (ebd.) bei. Gehörlose Menschen sind hier benachteiligt, denn das Massenmedium Radio bleibt ihnen verschlossen, genauso sind die massenmedialen Inhalte des Fernsehens nur eingeschränkt zu rezipieren.

Schließlich bleibt zu sagen, daß Kommunikation im Laufe der gesellschaftlichen Entwicklung immer mehr zu einer Art ‚Medienkommunikation‘ transferiert ist. Selbstverständlich hat jede Gesellschaft ihre eigene Kommunikationsweise und in bezug auf die (post-)industriellen Gesellschaften, kommt die Massenkommunikation immer mehr zum Tragen. Doch mit ‚Medienkommunikation‘ ist hier genauso gemeint, daß die Menschen einerseits mehr und mehr mit den Medien kommunizieren, daß soll heißen, selbst interpersonale Kommunikation läuft heute verstärkt durch die Medien (Email, sms) ab, andererseits wird immer mehr über die Medien kommuniziert. Letzteres bedeutet, daß Medien immens viel Gesprächsstoff liefern, jedoch genauso Gesprächsstoff sind.

---

<sup>31</sup> Ein *disperses Publikum* ist eine Vielzahl von Rezipienten, die räumlich von einander getrennt sind und unter diversen Bedingungen, über Massenmedien verbreitete öffentliche Aussagen empfangen.

<sup>32</sup> Der Prozeß der Massenkommunikation ist in den verschiedenen „Massenkommunikationsmodellen“ wie das von Riley und Riley (1959), das *Feldschema der Massenkommunikation von Maletzke (1963)* oder das *Modell elektronisch mediatisierter Gemeinschaftskommunikation (1997)* von Roland Burkart und Walter Hömberg, die Maletzkes Feldschema auf die Bedingungen der Neuen Medien übertragen haben, veranschaulicht und erläutert. Siehe hierzu Kunczik (2001, S. 53ff.).

Gehörlose sind bei der Kommunikation vor allem auf die visuelle Wahrnehmung angewiesen – auf das, was sie sehen und spüren. Ihre Sinne sind wie schon erwähnt viel stärker auf die visuelle ‚Sprache‘ eingestellt, wodurch es beispielsweise möglich wird, einen Film ohne Ton zu verstehen. Bruch spricht in diesem Sinne davon, daß „die visuelle Zugänglichkeit von Informationen (..) bei Gehörlosen und Schwerhörigen einen höheren Stellenwert gegenüber der akustischen Zugänglichkeit“ (Taubenschlag 2002b) hat. Folglich ist es für sie via Email weitaus einfacher, interpersonale Kommunikation zu betreiben als über das Telefon mit einem Dolmetscher. Ebenso ist es einfacher und problemloser Amtsgänge über Email oder über die Informationen aus dem WWW zu erledigen und den Gang zum Amt soweit es geht einzuschränken. Letzteres spielt vor allem bei Gehörlosen, die nur die Gebärdensprache sprechen eine große Rolle.<sup>33</sup>

Auf diese Situationen, die Rezeption von Informationen und den täglichen Umgang Gehörloser mit den Massenmedien wird im nächsten Kapitel ausführlich eingegangen.

---

<sup>33</sup> Siehe vertiefend hierzu Kapitel 2.4. in der vorliegenden Arbeit.

### 3. DIE ROLLE DER MEDIEN FÜR GEHÖRLOSE

#### 3.1. Bedürfnisbefriedigung und Medienfunktionen

Im folgenden Kapitel soll nun zunächst erarbeitet werden, welche Bedürfnisse die Menschen an die Massenkommunikationsmittel (Medien) bzw. an den Kommunikationsprozeß richten und welche Funktionen die Massenmedien<sup>34</sup> ihrerseits erfüllen. An dieser Stelle kann kein ausführliches Gesamtbild über die Medienfunktionen gegeben werden, deshalb richten sich die folgenden Ausführungen (soweit wie angebracht) auf die Perspektive der Gehörlosen. Im Anschluß an diese Ausführungen wird konkret darauf eingegangen, welche Bedürfnisse und Funktionen die verschiedenen Medien für gehörlose Menschen übernehmen.

##### 3.1.1. Bedürfnisse

Bestimmte menschliche Grundbedürfnisse werden als Ursprung der Rezipientenabsichten angenommen. Dem Rezipienten geht es dabei in erster Linie um die Erfüllung seiner psychischen und sozialen Bedürfnisse; diese werden zumeist unbewußt erlebt. Nach den Bedürfnissen richtet sich unter anderem das Kommunikationsverhalten aus. (vgl. Schulz 1997, S.163ff.) Schulz spricht hier von den Absichten, Erwartungen sowie Motiven, die die Rezipienten an den Kommunikationsprozeß richten. Kognitive Bedürfnisse sind vor allem die

---

<sup>34</sup> Meyen schlägt folgende Begriffsbestimmung vor: „Wenn über ‚Funktionen der Medien‘ gesprochen wird, geht es deshalb in der Regel um die Leistungen (oder Nicht-Leistungen) des Systems Massenkommunikation für die Gesamtgesellschaft oder für bestimmte Teilsysteme, um politische Funktionen wie Kritik und Kontrolle, das Herstellen von Öffentlichkeit und politische Bildung, um ökonomische sowie um soziale Funktionen (Ankurbeln

Nachfrage nach **Information**, Wissenserweiterung, Orientierung und sozialer Integration, persönlicher Identität sowie Umweltkontrolle.<sup>35</sup>

In Anlehnung an McQuail (2000, S. 79f.) konkretisiert Schulz (1997, S. 164f.) die einzelnen Bedürfnisarten:

- Informationsbedürfnis
- Bedürfnis nach persönlicher Identität
- Bedürfnis nach Integration, sozialer Interaktion und
- Unterhaltungsbedürfnis.

#### Informationsbedürfnis und Informationsfunktion

Signifikant für den Kontext dieser Arbeit sind das Informationsbedürfnis sowie das Bedürfnis nach Integration.<sup>36</sup> Betrachten wir zunächst das Informationsbedürfnis: Informationen werden rezipiert, da sie vor allem Orientierungshilfe sind, wenn es um relevante Ereignisse in der unmittelbaren Umgebung, in der Gesellschaft und in der Welt geht. Aber auch „Ratsuche zu praktischen Fragen, Meinungen, Entscheidungsalternativen sowie Befriedigung von Neugier und allgemeinem Interesse“ (Schulz 1997, S. 164f.) zählen zu den Gründen der Informationsrezeption. Des weiteren kann das Streben nach Lernen

---

der Warenzirkulation, Sozialisation, Integration) und damit sehr schnell auch um Forderungen an die Medien. (Meyen 2001, S. 87 zusammengefaßt nach Burkart 1998, S. 368–400).“

<sup>35</sup> Laut Schulz sind aus der Alltagserfahrung und aus der Kommunikationsforschung zahlreiche Beispiele hierfür bekannt: „politische Nachrichten dienen nicht nur der Unterrichtung, sondern auch der Unterhaltung; Unterhaltung sorgt nicht nur für Zerstreuung oder Erbauung, sondern vermittelt dem Rezipienten auch soziale Werte und unter Umständen politische Einstellungen; Werbung informiert nicht nur und beeinflusst das Kaufverhalten, sondern stellt auch Handlungsmodelle und Muster für soziale Rollen bereit.“ (Schulz 1997, S. 163f.).

<sup>36</sup> Das Bedürfnis nach persönlicher Identität und Unterhaltung wird u.a. von Schulz (1997, S. 164f.) ausgiebig behandelt; vgl. auch McQuail (2000, S. 79f.).

und Weiterbildung in Betracht gezogen werden, wodurch der Rezipient in der Folge eine innere Sicherheit durch Wissen erlangt.

Die eigentliche Befriedigung der Bedürfnisse von seiten des Rezipienten erfolgt nun relativ bewußt. In komplexen Gesellschaften kann davon ausgegangen werden, daß es verschiedene Wege und Möglichkeiten für die Mitglieder gibt (vgl. McQuail 2000, S. 80), Bedürfnisbefriedigung zu erleben. Das System der Massenmedien ist eines unter vielen Mitteln, die der Erreichung dieses Zieles dienen können. Die Medien sind dabei auf unterschiedliche Weise für die individuelle Bedürfnisbefriedigung geeignet. So kann das WWW bei Gehörlosen das Bedürfnis nach Information befriedigen, das Radio kann dies wiederum nicht. Wenn ein Gehörloser aber die Gespräche seiner Mitmenschen nicht versteht, wird auch ein „nicht untertitelter und nicht mit Gebärdendolmetscher übersetzter Fernsehbericht kein Ersatz sein“ (Klotz 1998, S. 59). Die Gehörlosigkeit an sich verringert in gewisser Weise die Möglichkeit, medial Befriedigung zu erlangen, da nicht alle Medien voll zugänglich sind. Ebenso, wie weiter oben bereits erläutert wurde, ist die Medienkompetenz häufig eingeschränkt. Mittels neuer medialer Infrastrukturen wie dem Internet kann eine bessere Befriedigung erlebt werden, denn es ist aus der Sicht der Gehörlosen allen anderen Massenkommunikationsmitteln aufgrund der Kombination von Text und Bild potentiell überlegen. Durch diese Visualisierung können Gehörlose, deren Denkmuster (aufgrund des Verlustes des Hörsinns) stärker visuell geprägt sind, die medialen Inhalte besser rezipieren.

Denis McQuails (2000, S. 78ff.) Darlegungen sind in diesem Erkenntniszusammenhang wohl (mit) als grundlegend zu betrachten. Seine Ausführungen setzen beim Funktionalismus an – funktionalistische Ansätze, die

sich auf das Verhältnis von Massenmedien und Gesellschaft beziehen, versuchen den „Beitrag des Subsystems ‚Massenkommunikation‘ zum Funktionieren des Gesamtsystems zu erfassen“ (Kunczik 2001, S. 71):

„Functionalism claims to explain social practices and institutions in terms of the ‚needs‘ of society and of individuals. As applied to the media institution, the presumed ‚needs‘ have mainly to do with continuity, order, integration, motivation, guidance, socialization, adaptation. (...) It is by responding to the demands of individuals and institutions in consistent ways that the media achieve unintended benefits for the society as a whole.“ (McQuail 2000, S. 78)

Medien lenken also unterschiedliche Bedürfnisse sowie Vorstellungen beim Publikum. Laut McQuail (2000, S. 81) sind beim Funktionalismus Massenmedien aus folgenden Gründen wesentlich für die Gesellschaft:

- „(1) Integration and co-operation,
- (2) order; control and stability,
- (3) adaptation to change,
- (4) mobilization,
- (5) managment of tension and
- (6) continuity of culture and values.“

### Integrationsbedürfnis und Integrationsfunktion

Eine weitere Bedürfnisart, neben der der Information, ist laut Schulz und McQuail die der sozialen Integration. Was beinhaltet aber nun das *Bedürfnis nach Integration (und sozialer Interaktion)*? Schulz (1997, S. 164f.) konkretisiert dies wie folgt:

- „sich in die Lebensumstände anderer versetzen (soziale Empathie)
- sich mit anderen identifizieren, ein Gefühl der Zugehörigkeit haben
- eine Grundlage für Gespräche und soziale Interaktion erhalten
- einen Ersatz für (fehlende) Geselligkeit oder Partnerschaft finden
- Hilfe bei der Annahme sozialer Rollen bekommen
- den Kontakt zur Familie, zu Freunden und zur Gesellschaft finden.“

Die Bedürfnisbefriedigung dieser *Verlangen* kann u.a. wieder durch die Medienrezeption erfolgen und zwar größtenteils über die Rezeption von Information. Die Massenmedien versorgen die Gesellschaftsmitglieder mit Informationen über das Geschehene in der unmittelbaren Umgebung und der Welt<sup>37</sup>, über Normen, Werte sowie Verhaltensweisen. Noelle-Neumann (1997a, S. 381) hebt hervor, daß die Massenkommunikationsmittel dem einzelnen die Information über „was er sagen und tun kann“ vermitteln, damit er sich (von der Gesellschaft) nicht isoliert.<sup>38</sup> Die Erkenntnisse und das Wissen über diese ‚Wirklichkeiten‘ helfen den Menschen bei der sozialen Orientierung sowie der **gesamtgesellschaftlichen Integration**.

Jarren definiert den Begriff Integration in seiner formalen Bedeutung wie folgt:

„Integration ist allgemein als ein Prozess zu verstehen, der Einzelne, Gruppen wie Organisationen umfasst, der sich anhaltend auf unterschiedlichen gesellschaftlichen Ebenen vollzieht und daher aufgrund seines hohen Komplexitätsgrades als soziales Totalphänomen nicht hinreichen *empirisch gemessen oder erfasst werden kann*. Integration als Konstruktion sozialer Realität vollzieht sich im wesentlichen durch Kommunikation. Da die gesellschaftliche Kommunikation in der modernen Gesellschaft sich weitgehend über Medien vollzieht, kommt den Massenmedien eine zentrale Funktion für (Integrations-)Diskurse (als Vermittler) und auch als soziostruktureller Infrastrukturfaktor zu.“ (Jarren 2000, S. 23)

---

<sup>37</sup> Unsere Vorfahren hätten Informationen über einen Aufstand in Argentinien oder die Konflikte in Israel erst erreicht, wenn diese sich schon längst wieder beruhigt hätten. Genauso wie das Bild über eine Schiffsbergung eine starke Vorstellungskraft bedurfte. Es spielt heute jedoch keine Rolle mehr wie weit entfernt von uns Ereignisse geschehen, denn die Massenmedien lassen sie uns erleben als würden sie sich in unserer unmittelbaren Nachbarschaft vollziehen oder als seien wir selbst anwesend. Die Entfernung zwischen Informationsquelle und Informationsempfänger ist gewissermaßen nebensächlich geworden. Der Faktor Raum kann den Informationsfluß in keiner Weise mehr hemmen. Diese überwältigende Medienwelt – egal ob online, offline oder gedruckt – überschüttet die Menschen ständig mit Informationen über Geschehnisse auf der ganzen Welt und vermittelt ein Gefühl der Allgegenwärtigkeit.

<sup>38</sup> In engem Zusammenhang mit der Integrationsfunktion stehen die „Sozialisationsfunktion“ sowie die „soziale Orientierungsfunktion“ der Medien. Ronneberger (1971, S. 159) verweist auf die Tatsache, „daß wir täglich von den Massenkommunikationsmitteln mit einer Fülle von Details versorgt werden, die es uns ermöglichen, uns in der immer unübersichtlicher und auch feindseliger werdenden Umwelt zurechtzufinden. Sie helfen uns, von der Bereitstellung der Güter und Dienstleistungen einer entwickelten Industriegesellschaft nützlichen Gebrauch zu machen, den primären sozialen Kontakten und Erfahrungen auszugleichen und uns im Alltag zeit- und raumgerecht zu verhalten.“

Denn ob nun mit dem Nachbarn am Gartenzaun, beim Friseur oder im Supermarkt in der Kassenschlange, überall sind die Informationen aus den

Massenmedien Gesprächsstoff, d.h. Kommunikationsstoff. Das Unwissen über diese Informationen kann einen Prestigeverlust bedeuten, denn „die Massenmedien streuen Information (..) so breit, daß man im nächsten Moment unterstellen muß, daß sie allen bekannt ist“ (Luhmann 1996, S. 43). Jeder gibt also nur ungern zu, wenn er etwas nicht weiß. Denn der innere Wunsch nach sozialer Integration, „der Bedarf nach Wir-Semantik“ (Jarren 2000, S. 31) ist äußerst stark. Jarren, der sich intensiv mit gesellschaftlicher Integration durch Medien und deren Integrationspotential auseinandergesetzt hat, schreibt, „die Medien repräsentieren gleichsam diese gemeinsam geteilte Welt, sie vermögen durch Themensetzung, -selektion sowie -deutung den Blick und die Aufmerksamkeit zu lenken und insoweit auch die Akteure zu steuern. Über Kommunikation wird zumindest partiell integriert.“ (ebd.) Die Massenmedien stellen demnach Themen für die gesamtgesellschaftliche Kommunikation bereit, durch die dann Kommunikationsbeziehungen erhalten oder neu geknüpft werden können. Hier muß hervorgehoben werden, daß gehörlose Menschen nicht zur gesamten Massenkommunikation Zugang haben, denn erstens können sie aufgrund des fehlenden Hörsinns weder Radio hören noch die Stimmen aus dem Fernsehen wahrnehmen und zweitens leiden viele Gehörlose unter mangelnden schriftsprachlichen Kenntnissen und sind damit teilweise von diesem sozialen Prozeß ausgegrenzt. Das Internet mit seinem hohen Potential an Information, Kommunikation und Interaktion kann heute für sie verstärkt die Grundlage für Gespräche und soziale Interaktion bilden, denn das Internet können hörgeschädigte Menschen fast ohne Einschränkungen nutzen.

Der Funktionalismus sei, so McQuail (2000, S. 80), eigentlich nur konstruktiv, wenn es um **Fragen der sozialen Integration** geht. Ohne Integration kann es zu

keiner einverständlichen Meinung oder Verständigung über Ziele und Mittel kommen und eine ausreichende gesellschaftliche Kontrolle und Übereinstimmung kann nicht verwirklicht werden. „Durch Medien und ihre Angebote wird – in welcher Weise auch immer – auf allen gesellschaftlichen Ebenen Integration geleistet.“ (Jarren 2000, S. 33)

#### Weitere Komponenten der Bedürfnisbefriedigung.

Die Bedürfnisse der Rezipienten steuern nun die „Auswahl einer Informationsquelle, d.h. die Zuwendung zum Kommunikator“ (Schulz 1997, S. 165). Die Rezipienten handeln also aktiv, zielgerichtet sowie intentional um ihre Bedürfnisse zu stillen. Daraufhin folgt die „eigentliche Phase der Informationsverarbeitung“ (ebd.) sowie die Informationsinterpretation. Hierbei geht es um die Zeit sowie den Grad der Aufmerksamkeit, die dem Kommunikationsprozeß gewidmet wird – und im Nachhinein um den „Umfang und Inhalt der behaltenen Information und vor allem auch die Art der Reaktion auf die Mitteilung“ (ebd.). (Voraussetzung für diesen Prozeß ist die Fähigkeit, überhaupt Informationen aufnehmen, speichern und nutzen zu können.) Die Dauer dieser Phase hängt ferner davon ab, inwieweit eine persönliche Betroffenheit mit dem Thema vorhanden ist. Geht es beispielsweise um eine gemeinsame Veranstaltung von Gehörlosen und Hörenden, ist ein gehörloser Rezipient wohl generell sensibler für die Thematik, genauso wie ein Hörender, der Kontakt mit Hörgeschädigten pflegt, als ein Hörender, der keinen Bezug zum Thema und keinen Kontakt mit Gehörlosen hat.

Inwieweit bei diesem Kommunikationsprozeß die Bedürfnisse des Rezipienten befriedigt werden, bestimmt wiederum die Einstellungen und „Erwartungen, die auf zukünftige Kommunikationsvorgänge bzw. Mediennutzung gerichtet sind“

(ebd.). Diese ergeben sich aus den gesammelten Erfahrungen, d.h. die Medienleistungen müssen in einer bestimmten Situation positiv bewertet werden bzw. worden sein – es muß die Basis des positiven persönlichen Erlebnisses für weitere motivationsorientierte Zuwendungen gegeben sein.

**Diese tatsächliche Bedürfnisbefriedigung ist besonders bei der Gruppe der Gehörlosen schwerer zu erlangen, da sie das mediale Gesamtspektrum nur *auszugsweise* nutzen können.**

Meyen (2001, S. 102) hat dazu drei Komponenten herausgearbeitet. Primär ginge es der Mehrheit der Menschen (bei der Informationsrezeption) erstens um „das Gefühl, informiert zu sein“, zweitens „um die Sicherheit, nichts Wesentliches versäumt zu haben“ sowie drittens um „das Wissen, die Welt stehe noch“. McQuail (2000, S. 81) macht zusätzlich auf die Motivation eine *verstärkte Bindung an die Gesellschaft und ihre Werte* zu finden aufmerksam.

Jeder Mensch lebt „heute in einer kommunikativen und immer auch von Medien mitbestimmten Umgebung, die von gesellschaftlichen, kulturellen und technischen Bedingungen abhängt, die er aber für seine Bedarfe und Bedürfnisse konstruiert hat“ (Krotz 1998, S. 127). Genauso hat die Entwicklung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien sozio-kulturelle Veränderungen in der Gesellschaft gebracht. So wird bsp. auf der Basis von Computer- und Nachrichtentechniken die Vernetzung aller gesellschaftlichen Bereiche realisiert. Die gesellschaftlichen, kulturellen und technischen Bedingungen mögen sich verändern, doch die Grundbedürfnisse des Menschen bleiben – sie werden sich höchstens den Gegebenheiten anpassen. Donsbach hebt in diesem Zusammenhang hervor,

„daß es aus der sozialen Natur des Menschen heraus Bedürfnisse nach Informationen gibt, von denen man weiß, daß sie andere auch haben, dann werden trotz Individualisierung und Interaktivität auch alle ‚neuen Medien‘ einen Grundstock an Allgemeininteresse befriedigen. Die technischen Formen von Medien kommen und gehen, aber die bei den Menschen zu erfüllenden Funktionen bleiben.“ (Donsbach 1998, S. 35)

Die Mehrheit der Menschen nutzt die Medien zur Unterhaltung, für ihr Überblickswissen, um Gesprächsstoff zu erhalten sowie um eine Beschäftigung zu haben. Medien strukturieren den Alltag, helfen bei der sozialen Integration, sind Zeitfüller, Tröster sowie Kontaktersatz und liefern eben Informationen.

### 3.1.2. Spezifische Funktionen des Internet für Gehörlose

Eine Funktion der Medien<sup>39</sup> ist demnach die Bedürfnisbefriedigung bzw. stellen Medien die Inhalte bereit, denen sich die Rezipienten zuwenden, um eine Befriedigung ihrer Bedürfnisse zu erleben. Saxer (1999, S. 10) unterscheidet hier „zwischen ‚Medienleistung‘ als demjenigen, was Medien jeweils von ihrem Organisationszweck realisieren, und Funktionalität als das Problemlösungs- und schaffungspotential von Medienkommunikation“. D.h. Medien müssen als problemlösende wie problemschaffende Systeme erfaßt werden (Funktionalität vs. Dysfunktionalität). Dies besagt im wesentlichen schon worauf es im folgenden

---

<sup>39</sup> Ausführlicher betrachtet Burkart (2002, S. 378–413) die Medienfunktionen. Generell werden die Funktionen der Massenmedien in *drei* Kategorien gefaßt: die sozialen Funktionen, die politischen Funktionen sowie die ökonomischen Funktionen, die sich wiederum unterteilen lassen. (Hierbei kommt es auch zu Überschneidungen und Beeinflussungen der einzelnen Funktionen.) Des weiteren ist die Informationsfunktion zu berücksichtigen, die sich in ihrer Leistung auf alle Teilbereiche bezieht. (vgl. u.a. Burkart 2002, S. 378) Ronneberger weist daraufhin, daß diese Unterscheidung „keine prinzipielle Qualifikation, sondern lediglich eine Orientierung an den Subsystemen der Gesellschaft [ist], für die die publizistischen Leistungen hauptsächlich erbracht werden“ (Ronneberger 1971, S. 159). Funktionen der Massenmedien werden grundlegend zumeist als Information und Unterhaltung, Beitrag zur Meinungsbildung sowie Kontrolle beschrieben. (vgl. Weischenberg 1995, S. 95; Noelle-Neumann 1997, S. 381; Kunczik 2001, S. 72f. sowie Meyen 2001, passim)

ankommt: Medien stellen Kommunikationsangebote her und bereit, die bei den Rezipienten

in gewisser Weise akzeptiert werden; die Medienleistungen sind hier durch das Medienprodukt und dessen Akzeptanz definiert (vgl. ebd.). Die Akzeptanz erschließt sich u.a. aus der Mediennutzung. Damit ist verbunden, daß der potentielle Nutzer bestimmte Vorstellungen darüber hat, welche Leistungen ein bestimmtes Medium erbringt. Gehörlose wissen also, daß das Fernsehen aufgrund seines audiovisuellen Charakters weniger Leistungen für sie erbringt, als dies das WWW tut. Diese Vorstellungen stammen einerseits aus den eigenen Erfahrungen mit dem Medium, andererseits können für diese Freunde und Bekannte oder auch die Medien selbst Quellen sein. Voraussetzung ist der persönliche Bedarf für die Medienleistungen: dies ist die Befriedigung der eigenen Bedürfnisse. Medienleistungen sind also dazu

„geeignet, den *alleinverschiedensten kommunikativen Problemen von Individuen, Kollektiven und Systemen* zu begegnen (Saxer 1991, S. 45ff.), können diese aber auch, z.B. in Gestalt von Desinformation oder Brutalisierung, verschärfen. Dabei reicht diese Funktionalität von der Raumintegration und Zeitstrukturierung über die Nivellierung oder Vergrößerung von Statusunterschieden, etwa durch gleich oder ungleich qualifiziertes Lernen von Medien, bis zu Hilfe bei der Bewältigung von Krisensituationen.“ (Saxer 1999, S. 10)

Auf der Basis dieser Gedanken sieht es für gehörlose Menschen nun so aus, daß diese als Individuen wie auch als Kollektiv verschiedenen kommunikativen Problemen ausgesetzt sind, diese können durch das mediale Informationsangebot nivelliert wie verstärkt werden. Denn durch die Hindernisse bei der Informationsaufnahme können gehörlose Menschen wiederum desinformierter sein als der Großteil der Gesellschaftsmitglieder (da hörend), da Gehörlose infolge ihrer Benachteiligung nicht das gesamte Medienangebot wahrnehmen können. Als Beispiel kann hier wieder einmal der Hörfunk angeführt werden, aber ebenso die eingeschränkte Rezeption beim Fernsehen.

Daraus resultieren außerdem Statusunterschiede, denn die Informiertheit bzw. das Wissen des einzelnen entscheidet in der heutigen Gesellschaft über dessen Status in der Gesellschaft.<sup>40</sup> Das Internet und seine Dienste verringern Unterschiede in der Informiertheit zwischen Hörenden und Gehörlosen, denn Information wird hier für alle primär visuell und nicht audiovisuell aufbereitet. Der Gehörlose kann über das WWW daher Informationen in gleicher Menge und Tiefe aufnehmen wie ein Hörender. Sein Informationsbedürfnis kann ausreichend gestillt werden und somit werden kommunikative Probleme abgebaut. Folglich kann man das WWW als unterstützendes Medium für die soziale Integration und Gleichstellung gehörloser Menschen in der Gesellschaft in Betracht ziehen.

#### Medien im gesellschaftlichen Kontext

In modernen Gesellschaften sind Medien als „Totalphänomene [zu sehen], deren Wirkung in alle erdenklichen Schichten des gesellschaftlichen Seins reicht“ (Saxer 1999, S. 2).<sup>41</sup> Aufgaben der Medien bzw. Ziele und Zwecke der Medienkommunikation werden als Medienfunktionen bezeichnet. Diese Medienfunktionen müssen im Kontext mit dem gesellschaftlichen und politischen System, in das die Medien eingebettet sind, betrachtet werden. Denn die Funktion eines Mediums ergibt sich „nur aus einer allmählichen Einbettung in gesellschaftliche, kulturelle und soziale Beziehungen, aber auch aus der Einbettung in die individuellen, gewachsenen Lebenswelten“ (Krotz 1998, S. 127).<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Der Terminus Wissenselite bzw. die Wissensklufforschung weist auf diese Tatsache hin.

<sup>41</sup> Aus diesem Grund werden gesellschaftliche Systeme wie das unsrige häufig ‚Mediengesellschaften‘ genannt.

<sup>42</sup> Saxer betont, daß die Massenmedien in ihrem Bestand und in ihren Funktionen von Politik, Kultur und Wirtschaft abhängig sind. (vgl. Saxer 1990, S. 10)

Funktionen fördern die Anpassung eines Systems an seine Umwelt und sie sollen „die Beziehung zwischen der Gesellschaft und den Medien sowie zwischen den Medien und dem Medienpublikum kennzeichnen“ (Weischenberg 1995, S. 93). Meyen (2001) betont sechs Faktoren, von denen es abhängt, welche Funktion ein Medium übernimmt: die Kommunikationsbedürfnisse, der Stand der Technik sowie die *Eigenschaften* des Mediums wie Produktions- und Rezeptionsbedingungen. Des weiteren hängt es von der Konkurrenz ab – die im Medienbereich selbst als auch nicht mediale Mittel der Bedürfnisbefriedigung – von den rechtlichen und organisatorischen Vorgaben und von seinem Angebot. (vgl. Meyen 2001, S. 120)

In unserer heutigen Gesellschaft existieren die unterschiedlichsten Sicht- und Denkweisen, Erfahrungen und Erlebnisse, genauso wie sich die Ziele des einzelnen, von Parteien, Verbänden und Organisationen teilweise immens unterscheiden sowie voneinander abgrenzen. Dadurch drohen die gesellschaftlichen Strukturen immer mehr auseinander zu klaffen – in Betracht zu ziehen ist zudem der voranschreitende Individualisierungsprozeß. Die Massenmedien haben hier eine große integrierende Funktion für die Gesellschaft, denn sie stellen zwischen den Menschen und zwischen deren diversen Erfahrungen und Ansichten Konsistenz her.

„In unserem komplexen, für den einzelnen nicht mehr durchschaubaren Gemeinwesen sorgen sie [Massenmedien] dafür, daß der Mensch über seinen eigenen Erfahrungshorizont und über den Horizont seiner noch vermittelt erkennbaren Bezugsgruppen hinaus die Gesellschaft als Ganzes sieht und sich ihr zugehörig fühlt, sich mit ihr identifiziert.“ (Maletzke 1980, S. 167)

Die Massenmedien vermitteln dem Rezipienten Verhaltensweisen, Verhaltensnormen und Einstellungen, durch die eine *unsichtbare* Integration aller

Gesellschaftsmitglieder bzw. eine Integration ohne ein sichtbares, aktives Zutun des einzelnen geschieht. Heutzutage wissen wir oftmals nur aus den Medien *wie wir uns zu verhalten haben*.

Integrativ wirken die Massenkommunikationsmittel zudem in der „direkten persönlichen Kommunikation“ (Maletzke 1980, S. 167f): So bieten Medienaussagen wie in Zeitungen oder sehr stark auch Fernsehsendungen dem Rezipienten „vielfach Anregungen und Stoff für Gespräche“ (ebd.) in der Familie sowie im Freundeskreis, in der Schule wie am Arbeitsplatz etc. Maletzke betont ebenso den Aspekt, daß Medien häufig nur genutzt werden, damit man später „mitreden“ kann. Diese Aspekte sind sehr wichtig, denn die Angst vor der Isolierung ist bei jedem Menschen sehr groß; aus diesem Grund ist für jeden die öffentliche Meinung von hoher Bedeutung.<sup>43</sup> Wir stehen in einem ständigen Interaktionsprozeß mit andern, also in einem ständigen Meinungs-austausch. Wie jemand nun von *den anderen* an- und aufgenommen, also akzeptiert wird, hängt folglich stark von der Meinung ab, die er vertritt. Die Folge hiervon können vorherrschende Meinungen in der Gesellschaft sein, diese hängen in ihrer Intensität wiederum davon ab, wie groß die Reichweite sowie die Öffentlichkeit eines Mediums ist.

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und Zeitungen haben beispielsweise bestimmte Integrationsziele: Mit ihren Programmen und ihrem Lesestoff bzw. mit ihrem „Ausgewogenheitsanspruch“ bemühen sie sich, allen gesellschaftlichen Gruppen gerecht zu werden und versuchen zu zeigen, daß die Gesellschaft aus einer Vielzahl unterschiedlicher Gruppierungen (auch Minoritäten und Randgruppen wie Behinderte) mit diversen eigenen Lebensformen, Erfahrungen

---

<sup>43</sup> Vgl. dazu Noelle-Neumanns Theorie der Schweigespirale (u.a. in Noelle-Neumann 1997, S. 378f.).

und Interessen besteht. Hierbei wollen die Massenmedien auf deren Nöte, Probleme und Schwierigkeiten aufmerksam machen, ihre Bedürfnisse aufzeigen, so daß andere Menschen ihnen helfen können und sie nicht feindlich ansehen. (vgl. Maletzke 1980, S. 167) Durch diese *Offenlegung* kann die Angst vor dem anderen bzw. Fremden abgebaut werden – dies ist Voraussetzung für eine funktionierende Integration. Problematisch ist allerdings, daß gerade für diese diversen Gruppen die Medien aufgrund sprachlicher Einschränkungen oder eben Behinderungen oft nicht zugänglich sind.

„Integrative Funktionen werden ferner sichtbar, wenn wir die Medien als ‚Sozialisationsagenten‘ verstehen, wenn wir sie also jenen Faktoren zuordnen, die den Prozeß des Hineinwachsens junger Menschen in die Gemeinschaft bestimmen. (...) etwa indem sie Denk- und Verhaltensmuster, Status- und Rollenbilder, Images und Typenvorstellungen anbieten, an denen sich Kinder und Jugendliche orientieren können.“ (Maletzke 1980, S. 167)

Eine „Generalintegrationsfunktion“ (Jarren 2000, S. 37) kann von den Medien nicht erwartet werden, doch in den Informations- bzw. Mediengesellschaften übernehmen sie einen Großteil dieser Leistung. Einerseits erfolgt dies durch den hohen Stellenwert der Medien im Leben der Gesellschaftsmitglieder – auch hier sind die Neuen Medien mit ihrem visuellen Charakter ein großes Plus für Gehörlose, da sie diese fast genauso gut nutzen können wie jeder andere und so weniger von der *Medienpräsenz im Alltagsleben* abgekapselt werden. Andererseits besteht diese Integrationsfunktion darin, daß die Gesellschaften nicht mehr als homogen betrachtet werden können. Hier kommt eine immense Vielfalt an Kulturen, Menschen verschiedener Majoritäten und Minoritäten mit sehr facettenreichen Erfahrungen und Erkenntnissen zusammen, die alle durch die Medien verbunden und integriert werden können.

### 3.2. Mediennutzung Gehörloser

In den heutigen Informations- bzw. Mediengesellschaften sind die Medien mittlerweile in allen Lebenslagen präsent. So bringen die Menschen – laut Donsbach (1998) – heute täglich das Doppelte an Stunden für die Mediennutzung im Vergleich zu den 1960er Jahren auf. *Menschen ohne Medien* sind in diesen Gesellschaftssystemen nicht mehr vorstellbar!

Stefan Kombüchens Gedanken kreisen um ein mächtiges Mediensystem, in dem die „Medien das Zusammenleben der Menschen in der Gesellschaft und die Art der gesellschaftlichen Strukturen umfassend“ (Kombüchen 1999, S. 151) prägen und beeinflussen. Er spricht von einer Gesellschaftsform, die das Ergebnis der zunehmenden Entstehung, Verbreitung und Nutzung von Medien ist (vgl. ebd., S. 64), in der das Wissen über die Welt jedem nahezu ausschließlich aus den Medien zuteil wird. Es ist das Phänomen der in *Echtzeit* global vernetzten Weltgesellschaft eingetreten.

Die Menschen müssen jedoch auf diesen Wandel vorbereitet sein, gemeint ist damit die Fähigkeit, mit den neuen und zukünftigen Informations- und Kommunikationstechnologien umgehen zu können, genauso wie die Anpassung an die gewandelten Kommunikationsverhältnisse<sup>44</sup>. Denn zum einen sind sie mit

---

<sup>44</sup> Menschen kommunizieren heute anders als sie dies noch vor 10 Jahren taten. Ein Großteil der interpersonalen Kommunikation läuft heute über Internet-Dienste ab, d.h. interpersonale Kommunikation ist nicht mehr nur

dem schlagartigen Zuwachs von Medienangeboten durch die neuen Kommunikations-technologien konfrontiert, zum anderen müssen die digitalen Medienangebote bzw. deren Nutzung erst einmal erlernt werden, im Prinzip wie früher das Lesen. Damit müssen sie allerdings erst zurechtkommen. Die Gesellschaft wird hierdurch verstärkt in User und Nicht-User gespalten: wer nicht effektiv und effizient mit den neuen Technologien umgehen kann, wird langfristig der zweiten Klasse der Gesellschaft angehören. Bei der Masse tritt besonders der Unterschied zwischen der älteren und der jüngeren Generation hervor, aber auch zwischen Behinderten und Nicht-Behinderten; denn ihnen bleibt der Zugang zu Informationen oft verwehrt. In der Informationsgesellschaft spielt Wissen die zentrale Rolle,

„eine völlige Beteiligung am gesellschaftlichen Leben der Informationsgesellschaft [ist im Prinzip] nur gewährleistet, wer einen guten Zugang zur schriftlichen Information hat. Bei vielen Gehörlosen und Schwerhörigen ist das leider nicht der Fall, da der Zugang zur schrift- und lautsprachlichen Kommunikation der *hörenden Umgebung* erschwert ist.“ (Taubenschlag 2002c)

Medien lenken uns in unserem Denken und helfen uns, unsere Erfahrungen sowie Erlebnisse zu verarbeiten. Sie vermitteln uns Normen und Werte und prägen unser Bewußtsein. Medien sind unsere Orientierungshilfen im alltäglichen Leben – sie sind Informations- und Lebenshilfe. Mit anderen Worten bzw. nach Luhmann (1996, S. 9), „was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“ Denn über die Medien werden Informationen in Bild, Ton und Text heutzutage in *real-time* übertragen – die Menschen sind sozusagen unaufhörlich von einer multimedialen Wirklichkeit umgeben.

---

face-to-face Kommunikation, sondern auch *elektronische Kommunikation*. Durch die veränderten gesellschaftlichen Verhältnisse wenden sich die Menschen nun auch anderen Themen zu – häufig kann man hier von medialisierten Themen sprechen – denn die Medien geben heute mehr denn je die Themen vor.

Die Massenmedien sind unsere Welt- und Wirklichkeitsvermittler. Medien tragen zur „Realitätskonstruktion der Gesellschaft [bei]. Dazu gehört eine laufende Reaktualisierung der Selbstbeschreibung der Gesellschaft und ihre kognitiven Welt-horizonte, sei es in konsensueller, sei es in dissensueller Form.“ (Luhmann 1996, S. 183)

Bei Hörgeschädigte trifft dies nun nicht mehr hundertprozentig zu, denn sie sind teilweise vom medialen Angebot ausgenommen und erleben dadurch oft zahlreiche Einschränkungen im Lebensalltag, so werden beispielsweise Normen und Werte verspätet aufgenommen. Die elektronischen Massenmedien stellen für die meisten Menschen die Hauptinformationsquelle dar und gerade diese sind für gehörlose Menschen nur eingeschränkt nutzbar.

Medien sind im alltäglichen Leben ständig präsent und haben einen stetig zunehmenden Stellenwert bei der Alltagsgestaltung der Menschen, ob im Berufs- oder Privatleben. Für Gehörlose können hieraus Nachteile entstehen (bsp. im Beruf), denn für sie ist zwar eine ständige Präsenz der Medien gegeben, doch können sie diese nicht bzw. nicht vollständig wahrnehmen.

Um Medienangebote zu verstehen ist es wichtig, diese Angebote wahrnehmen zu können. Die Wahrnehmung von Medienangeboten geschieht durch Hören, Sehen und Lesen – die Tür zum Hören bleibt den Gehörlosen verschlossen. Dies kommt insbesondere zum Tragen, wenn es um aktuelle Informationen wie die stündlichen Radionachrichten geht. Hörende Menschen können zwischen mehreren Radiosendern wählen, die halbstündig und/oder stündlich über das aktuelle Weltgeschehen oder die nähere Umgebung berichten. Gehörlose Menschen leben in Hinsicht auf die Rezeption von aktuellen, umfassenden Informationen von der Gemeinschaft der Hörenden getrennt. In der Folge können

sie an Diskussionen in der Gesellschaft nicht effektiv teilnehmen, wodurch eine aktive Teilnahme an der Welt der Hörenden erschwert ist.

Demgegenüber kann der Internet-Nutzer zu jeder Tageszeit auf die neuesten Informationen zugreifen, denn die „zeitsouveräne Verfügbarkeit“ (Oehmichen/Schröter 2001, S 416) von Webinformationen ist unschlagbar und diese

erscheinen in Textform. Durch das WWW sind dem „Hörgeschädigten (..) Informationsquellen eröffnet, und zwar weltweit, von denen vor wenigen Jahren niemand zu träumen gewagt hätte.“ (Taubenschlag 2002g)

Klotz betont, daß die häufig geringere Sprachkompetenz (und die damit verbundene geringere Schriftsprachkompetenz) auf die Wahrnehmung von Medienangeboten Auswirkungen hat. „In der lautsprachlichen Welt ist ein sehr starker Zusammenhang zwischen Verbalsprachkompetenz und Wissen gegeben. Dies wirkt sich auch auf die Medienkompetenz aus. Diese Auswirkungen sind bei Gehörlosen erwartbar negativ.“ (Klotz 1998, S. 53) Ein problemloser Umgang mit den Medien ist so nicht gegeben. Vor allem auf die *alten* Medien wie Printmedien, Hörfunk und Fernsehen bezogen, bedeutet dies demnach, daß bei Gehörlosen mit einer eingeschränkten Medienkompetenz<sup>45</sup> zu rechnen ist.

Die allgemeine Medienkompetenz variiert allerdings unter den Gehörlosen selbst – genauso wie dies bei den Hörenden der Fall ist. Hier muß unterschieden werden zwischen

- Gehörlosen, die das Internet genauso wie Hörende nutzen können,
- Gehörlosen, die leichte bis mittlere Probleme bei der Internetnutzung haben und auch

---

<sup>45</sup> Als *Medienkompetenz* wird die Fähigkeit mit Neuen Medien und der Informationsexplosion umgehen zu können verstanden; außerdem umfaßt Medienkompetenz den bewußten Umgang mit Information.

- Gehörlosen, deren Sprach- und Medienkompetenzen so eingeschränkt sind, daß sie große Schwierigkeiten haben, das Internet (selbständig) zu nutzen.<sup>46</sup>

Fest steht: Gehörlose sind von der medialen Nutzung des Radios ausgeschlossen, der „Printbereich“ bleibt vielen teilweise verschlossen, das Fernsehen scheint das wichtigste Medium für Gehörlose zu sein und das Internet mit seinen Einzelmedien eröffnet neue Dimensionen. Was die Massenmedien für Gehörlose konkret bedeuten, darauf wird im folgenden ausführlich eingegangen.

### 3.3. Gehörlose und Printmedien

Die Sprachkompetenz und die daraus resultierende Lesestärke wurden bereits ausführlich im Kapitel „Erwerb der Lautsprache und einhergehende Lesekompetenz“ behandelt. Bei der Lektüre von Tages- und Wochenzeitung (sowie Büchern) kann es demnach durch den (im Vergleich zu den meisten Hörenden) kleineren Wortschatz sowie grammatikalische Schwierigkeiten, mit denen viele Gehörlose konfrontiert sind, zu Problemen kommen. Vorzugsweise beim Lesen sogenannter ‚Qualitäts‘-Zeitungen: Diese richten sich in ihrem journalistischen Stil eher an ein intellektuelleres Publikum und verwenden daher keine einfache, sondern eher eine elaborierte Sprache. Im Gegensatz dazu stehen Boulevardblätter, deren Erfolgsrezept darin liegt, einfach und plakativ zu schreiben.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Dies soll keine Kategorisierung bzw. Einteilung der Gehörlosen sein, sondern Ebenen darstellen, auf denen und zwischen denen sich die Medienkompetenz der Gehörlosen bewegt. Vgl. hierzu insbesondere Kapitel 2.3. und 2.4.2.

<sup>47</sup> Vgl. hierzu näher Kepplinger (1992, S. 33).

Bei der Literaturrecherche zu dieser Arbeit fand sich zwar einiges zur Lesekompetenz Hörgeschädigter (Brader 1988; Taubenschlag 2002a), so untersucht beispielsweise Diller (1987) die Lesefähigkeit gehörloser Kinder. Zur Rezeption allgemeiner Printmedien durch Gehörlose läßt sich allerdings nur auf folgendes Zitat verweisen. In ihrer Studie zur Lebenssituation Gehörloser fragten Ebbinghaus und Heßmann (1989) u.a. nach der Bedeutung des Lesens:

"Es wäre vorstellbar, daß Gehörlose den Ausfall anderer Erfahrungsmöglichkeiten durch Lesen auszugleichen versuchen. Tatsächlich jedoch genügt dazu die durchschnittliche Schriftsprachkompetenz eines Gehörlosen nicht. Daß Bücher zu schwer zu lesen seien, wird unumwunden zugegeben. Ein einziger Interviewpartner gibt an, Romane und historische Werke zu lesen. Lektüre beschränkt sich ansonsten auf Zeitschriften und Zeitungen und dies auch nur mit Einschränkungen: Sport erhält den Vorzug gegenüber Politik, zum Teil werden auch nur Überschriften zur Kenntnis genommen. Es kann kein Zweifel bestehen, welche Berliner Zeitung in der Regel gelesen wird. Manch einer zieht es vor, sich die neuesten Nachrichten von anderen Gehörlosen erzählen zu lassen." (Ebbinghaus/Heßmann 1989, S. 24)

Generell bevorzugen Gehörlose die visuellen Medien, denn durch die Gebärdensprache sind ihre *Denkmuster visuell bestimmt*. Besonders gehörlose Menschen, die vor dem Erwerb der Lautsprache ihr Gehör „verloren“ haben, denken in Bildern.

Diese Ausführungen sollen jedoch nicht zu dem Schluß führen, Gehörlose seien generell in ihrer Lesekompetenz eingeschränkt, es muß allerdings auf diese Gruppe der Gehörlosen verwiesen werden. Für sie ist es sicherlich genauso schwer, etwas im Internet zu lesen; doch wird hier häufig das Prinzip „einfache Worte und kurze Sätze“ angewendet und verbunden mit dem visuellen Charakter des Internet wird die Informationsaufnahme jedenfalls um ein Vielfaches erleichtert und vereinfacht.

### 3.4. Gehörlose und Hörfunk

Zur Nutzung des Radios<sup>48</sup> von seiten der Gehörlosen ist verständlicherweise wenig zu sagen. Die Radionutzung genauso wie Musik hören sind für gehörlose Menschen nahezu unmöglich. Beim Musikkonsum können wenigstens noch Wellenlängen und Schwingungen wahrgenommen werden, worüber Gehörlose ein Gefühl für Musik bekommen. Sie fühlen sozusagen die Musik und haben für diese ein spezielles Gespür entwickelt.

Doch was über das Radio an grundlegenden Informationen über die Welt gesendet wird, können sie nicht verstehen. D.h. von den aktuellen Nachrichten und Informationen wie beispielsweise das Zugunglück in Niederösterreich am 26.02.2002 – worüber die Radiosender über mehrere Stunden hinweg berichteten oder von den ersten Berichten über den Amoklauf in einem Erfurter Gymnasium am 26.04.2002, sind sie ausgeschlossen. Gehörlose können sich u.a. nicht über die neuesten Staunachrichten informieren bevor es in den Urlaub geht, was die „Prominenten“ machen, welche Platte neu auf dem Markt ist und hören genauso wenig, wo am Abend die Party stattfindet. Das Internet löst dieses Problem, denn hier sind die entsprechenden Informationen abrufbar. Dabei ist natürlich ein ganz neues Forum für die Hörer entstanden – ein Forum mit vielen Zusatzinformationen und interaktiven Beteiligungsmöglichkeiten.

---

<sup>48</sup> Hinlänglich bekannt ist, daß gemessen an der täglichen Nutzungsdauer das Radio wohl das Medium ist, das die meiste Aufmerksamkeit erhält, dem allerdings jeder am wenigsten Beachtung schenkt. Vom Radio wird eigentlich nur erwartet, das es einen morgens weckt und aufmuntert, über Schlagzeilen, Wetterbericht und Staumeldungen informiert und den Rest des Tages als Geräuschkulisse dient – d.h. die meisten Menschen wollen Musik, Musik und Musik, zwischendurch noch einmal kurz die Nachrichten, aber dann bitte wieder Musik.

### 3.5. Gehörlose und Fernsehen

Das Fernsehen ist unter allen Medien inklusive den Neuen Medien das „zentralste und meistgenutzte Medium unserer Gesellschaft“<sup>49</sup>. Meyen (2001, S. 125) spricht vom „Leitmedium unserer Tage“. Das Fernsehen erfülle wie kein anderes Medium die beiden wichtigsten Erwartungen, die die Mehrheit der Menschen in modernen Gesellschaften an die Medien stellen: es bietet das beste Unterhaltungsprogramm und ist in Sachen Überblickswissen und Informationen anderen Medien mindestens gleichgestellt. Dieses Bild trifft in gleichem Maße auf Hörgeschädigte zu. Das Fernsehen hat stärker als jedes andere Medium sozio-kulturelle, politische sowie ökonomische Veränderungen gebracht. Es beeinflusst die in der Gesellschaft vorhandenen Verhaltensmodelle, Kulturstandards, Wahrnehmungsmuster, Werte, Meinungen und Konventionen. Das Fernsehen als institutionalisiertes Medium

„hat Politik und Alltag grundlegend verändert. Es hat aber auch die Kommunikationsgewohnheiten der Menschen, ihr Bewußtsein von sich und der Welt beeinflusst, ebenso wie ihre Erwartungen und Bewertungen von Politik. (...) Deshalb muß man die Entwicklung der Medien in Zusammenhang mit den Entwicklungen von Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft betrachten, wobei keineswegs unterstellt werden darf, daß es sich dabei um einheitliche und konforme Prozesse handelt.“ (Krotz 1998, S. 122)

Zudem übernimmt das Fernsehen bei gehörlosen Menschen bis zu einem gewissen Grad die Funktionen des Radios, denn hier sind die Informationen doch noch wesentlich aktueller<sup>50</sup> als in den Zeitungen. Außerdem können durch die

---

<sup>49</sup> Im Durchschnitt verbringt jeder Bürger mehr als ein Drittel der zu Hause verbrachten Freizeit vor dem Flimmerkasten – und dies nun schon seit den 80er Jahren. (vgl. u.a. Meyen 2001). Wenn der Fernseher nicht schon nachmittags zu den unzähligen Talk-Shows und Serien aufgedreht wird, heißt es spätestens, daß sich die Familie zu den Hauptabendnachrichten vor dem Fernsehgerät versammelt. Letztere sind nicht nur Fixpunkt im Tagesablauf vieler Menschen, sie agieren als Ruhepunkt in der heutigen schnellebigen Welt – sie sind Zeitgeber.

<sup>50</sup> Diese Anmerkung bezieht sich auf die täglichen Nachrichten- und Informationssendungen im Fernsehen.

geringe Sprachkompetenz vieler Gehörloser Zeitungen für die Rezeption aktueller Ereignisse häufig zum Problem werden. Das Fernsehen vermittelt Informationen weitaus einfacher – Grund dafür ist die Visualisierung. Informationen bzw. Text werden hier mittels Bildern vermittelt und sind demnach einfacher zu rezipieren. Visuelle Medien haben für gehörlose Menschen, insbesondere für die, die Gebärdensprache sprechen, eine hohe Bedeutung, da ihr Denken als Abfolge von Bildern zu sehen ist (vgl. Müller 1986, S. 51; Sacks 2001, S. 114). Anzumerken ist an dieser Stelle, daß es für Gehörlose immer noch schwerer und anstrengender ist das Fernsehen zu nutzen, als es das für Hörende ist. Denn Hörende benutzen zwei ihrer Sinne, den Hör- und den Sehsinn, zur Rezeption. Gehörlose Rezipienten müssen den Bildern und dem Text (also das eigentlich Gesprochene) zusammen folgen, d.h. sich auf beides gleichzeitig konzentrieren, wobei sich Bild und Text ständig fortbewegen.

Zu bedenken ist bei diesen Überlegungen immer, daß ohne eine Möglichkeit am öffentlichen Leben teilzunehmen eine Diskriminierung, „im Fall der Gehörlosen auch [eine] Isolierung“<sup>51</sup> stattfindet, die weitreichende Folgen mit sich zieht:

„Damit Gehörlose als vollwertige Mitglieder in einer überwiegend hörenden Gesellschaft leben und ihre Rechte als Staatsbürger nützen können, müssen sie die Möglichkeit haben, sich eigenständig und umfassend über politische, soziale und kulturelle Vorgänge zu informieren um Zugang zum überlieferten Kulturgut zu finden.“ (Ebbinghaus/Heßmann 1989, S. 237f.)

Im besten Fall verbindet das Fernsehen bewegte Bilder, Untertitel, Gebärdensprache sowie Lautsprache und ist dann für gehörlose Menschen in vollem Umfang nutzbar.

Doch so optimal wie hier beschrieben sieht die Realität leider nicht aus; denn das Fernsehen, besser gesagt die Fernsehsender, bieten nicht das, was das Fernsehen den Gehörlosen bieten könnte und ist somit wieder ein weiteres Medium, das für sie nicht voll zugänglich ist.

#### Die Bedeutung des Untertitels für die Informationsrezeption

Schauspielern, Moderatoren oder Nachrichtensprechern von den Lippen abzulesen ist eine äußerst diffizile Angelegenheit, denn zu den allgemeinen Schwierigkeiten<sup>52</sup> kommt die Verzerrung der Lippen durch das Fernsehen (Bildschirm) hinzu. Des weiteren kommt bei den meisten Nachrichtensendungen die Stimme aus dem *off*, somit ist nicht einmal eine Möglichkeit gegeben von den Lippen abzulesen, geschweige denn die Sendung vollständig zu verfolgen.

Untertitel scheinen hierfür die richtige Lösung zu sein. Doch obwohl „rund 500.000 Gehörlose und Schwerhörige in Österreich (..) auf Teletext-Untertitel angewiesen“<sup>53</sup> sind, wird dieser seit 1980 bestehende Service eingeschränkt. Bis 2001 untertitelte der ORF noch rund zwölf Prozent des Programms, dies entspricht etwa 170 Stunden (Wiederholungen miteingerechnet). Eine aktuelle Anfrage<sup>54</sup> beim ORF ergibt, daß nun nur mehr 160 Stunden der monatlichen Sendungen untertitelt werden und drei freie Mitarbeiter dieses Dienstes wurden bereits abgezogen. Dies ist wohl auf die momentan allgemeinen Einsparungen im Medienbereich zurückzuführen. Hannes Märk, ORF-Teletext-Chef, in diesem

---

<sup>51</sup> Trubel, V.; ORF: Taube Ohren für die Interessen der Gehörlosen? In: Kurier vom 16. Oktober 2001, S. 31.

<sup>52</sup> Siehe dazu Kap. 2.4.2.

<sup>53</sup> Ebd.

<sup>54</sup> Persönliche Mitteilung via Email vom 15.04.2002 von Elfriede Gürth, ORF-Kundendienst.

Zusammenhang: „Nach dem 11. September wirkt sich das durch die Behinderung bedingte Informationsdefizit für Gehörlose besonders aus“<sup>55</sup>.

Im internationalen Vergleich (mit Blick auf Europa) sieht es mit der Informations- und Unterhaltungsquelle Fernsehen für Hörgeschädigte in Österreich besonders schlecht aus und hier besteht dringend Nachholbedarf. Im Zeitalter des Kabelfernsehens und der Satellitenschüsseln profitieren mittlerweile viele gehörlose Menschen vom ausländischen Programmangebot; doch dies ist immer mit finanziellen Investitionen verbunden. In England plant BBC bis 2008 100 Prozent des Programms zu Untertiteln (bereits jetzt 60 Prozent Untertitel) und selbst die Privatsender werden auf 50 Prozent Untertitel gesetzlich verpflichtet. Ebenso bietet das Fernsehen in der Tschechei und in der Slowakei circa 75 Prozent Untertitelte sowie Gebärdensprachgedolmetschte Sendungen und eigene Sendungen für Gehörlose an.<sup>56</sup> In Frankreich bietet der Sender TVST seit über einem halben Jahr Sendungen in Gebärdensprache (auch für Kinder) und das Programm ist zu 100 Prozent Untertitelt.<sup>57</sup> (Für gehörlose Kinder gibt es überhaupt kein Angebot im ORF.) In Deutschland und in der Schweiz sieht es zwar nicht viel besser aus als in Österreich, doch gibt es hier zumindest wöchentliche Spezial-Sendungen wie ‚Sehen statt Hören‘ (auf Bayern 3), Ratgeber, Reise- und Kultursendungen, die Hauptabendsendungen sind zumeist Untertitelt und der Etat für Untertitelte Sendungen wird zumindest nicht gekürzt.<sup>58</sup> Ebenso

---

<sup>55</sup> Trubel, V.; ORF: Taube Ohren für die Interessen der Gehörlosen? In: Kurier vom 16. Oktober 2001, S. 31.

<sup>56</sup> Vgl. ebd.

<sup>57</sup> Dieser über Satellit sendende Service kostet im Monat knapp 21 Euro, ist dafür allerdings rund um die Uhr für Hörgeschädigte verständlich. Außerdem werden die Untertitel offen und nicht per Videotext gesendet (vgl. Taubenschlag 2002d).

<sup>58</sup> Persönliche Mitteilung via Email vom 21.02.2002 von Florence Kluge, Zuschauerredaktion Das ERSTE.

steht in Deutschland noch das Programmangebot der Privatsender zur Verfügung. Diese sind zwar nicht verpflichtet einen Teil ihres Sendeangebotes zu Untertiteln, einige Privatsender tun dies glücklicherweise ‚auf freiwilliger Basis‘: so strahlt der Sender PRO 7 am Samstag um 20:15h einen Untertitelten Spielfilm aus.

Müller kommt in ihrer Untersuchung zu dem Ergebnis, daß „gehörbehinderte Personen auf diese Serviceleistungen [die Untertitelungen] des Österreichischen Rundfunks angewiesen sind, wenn sie dem aktuellen politischen Geschehen, kulturellen und Sensationsereignissen folgen möchten“ (Müller 1986, S. 127). Insgesamt betrachtet beträgt das zugängliche Angebot des ORF für Hörgeschädigte magere 22 Prozent des ausgestrahlten Sendeangebots.

So fordert beispielsweise der Mediensprecher der Grünen, Stefan Schennach, es solle zumindest eine ‚ZiB-Sendung‘ pro Tag in Gebärdensprache übersetzt werden, „da Gehörlose und Hörgeschädigte besonders auf die Information via TV angewiesen seien“<sup>59</sup>. Die Wochenschau ‚die Woche‘ (jeden Sonntag auf ORF 2) ist das Highlight im ORF – es sind die einzigen Programminuten, die von einer Gebärdensprachdolmetscherin begleitet werden. Gehörlose, die in Deutschland leben oder diejenigen, die in Österreich über einen Kabel- oder Satellitenanschluß verfügen, können ein solches Angebot täglich wahrnehmen. Der Sender Phoenix strahlt täglich um 20.00 Uhr die ‚Tagesschau‘ (ARD) sowie Montag bis Freitag um 21.45 Uhr das ‚heute journal‘ (ZDF) mit Gebärdensprachdolmetscher aus.<sup>60</sup> Beide Sendungen sind zu den gleichen Zeiten auch per RealVideo (über das Internet) zu empfangen.

---

<sup>59</sup> SERVICE: Bessere Standards gefordert – Tägliche ZiB in Gebärdensprache. In: Oberösterreichische Nachrichten vom 12. Juni 2001, Seite 8.

<sup>60</sup> Ausführliche Informationen hierzu sind unter [www.deaftv.de](http://www.deaftv.de) zu finden.

Nachrichten- bzw. Informationssendungen in Gebärdensprache würden Gehörlosen eine größere Beteiligung am aktuellen Geschehen und exaktere Informationen bieten: erstens sind Untertitelte Sendungen eher eine Rarität, zweitens gibt es bei Sondersendungen wie dem Seilbahnglück in Kaprun oder dem Brand im Tauerntunnel keine Untertitel – der Schnellschreiber fehlt dann in der Redaktion und drittens werden Aussagen häufig verändert, da das Gesprochene in kurze, knappe Sätze mit einfachen Worten gefaßt werden muß. Ansonsten ist es unmöglich, in kurzer Zeit eine Untertitelung zu lesen.

„Viele Schwierigkeiten gibt es bei der Zuordnung von Dialogpassagen. Der zu schnelle Wechsel der Untertitel-Textzeilen ist ebenfalls nicht einfach für die Gehörlosen zu bewältigen. Politik, Kultur, Ratgeber, regionale Nachrichten, die ein Infodefizit abbauen könnten, werden nur wenig untertitelt, dies wurde schon 1989 kritisiert (Klotz 1998, S. 21).“

Die Gehörlosen selbst zeigen starkes Interesse an Nachrichten und Informationssendungen<sup>61</sup>, so der ORF selbst: „Vier der ersten fünf Sendungen auf der ‚Hitliste‘ kommen aus dem Bereich Fernsehinformation, Spitzenreiter ist die ‚ZIB‘ mit einer Nutzung von 92 Prozent.“ (ORF-Kundendienst 2002) Bei einer so hohen Rezeption der ‚ZIB‘ wäre vor allem hier die Übersetzung in Gebärdensprache sehr angebracht.

Die bisherigen Ausführungen zeigen sehr deutlich, daß die Medien zumeist nicht die Kommunikationssituation der Gehörlosen berücksichtigen, wodurch diese häufig von aktuellen und wichtigen Informationen ausgeschlossen sind. Selbstverständlich kann man den Integrationsfaktor, den vor allem das Fernsehen

---

<sup>61</sup> Studien der letzten Jahre (vgl. ARD/ZDF-Online-Studie) zeigen, daß Nachrichten für alle Zuschauer immer noch an erster Stelle stehen. Dies könnte jedoch mit dem Prestigefaktor der Befragten bei Umfragen zusammenhängen.

spielt, nicht leugnen, d.h. „die Untertitelung von Sendungen ist ohne Zweifel ein Schritt zur Integration von Behinderten in die Gesellschaft“ (Müller 1986, S. 127). Das Fernsehen öffnet ein Fenster zur Welt und wie Neil Postman es betont, ist es „ein lichtgeschwindes, gegenwartzentriertes Medium“ (Postman 2000, S. 167). Gerade durch die Kombination von Bild und Ton ist es für den Rezipienten realitätsgetreuer und vermittelt häufig das Gefühl selbst dabei zu sein, egal ob Nachrichten oder Unterhaltung auf dem Programm stehen. Es ist Kontaktersatz, fördert dabei gleichzeitig den Kontakt zur Umwelt, denn es liefert Gesprächsstoff „durch das Aufgreifen lebensnaher, den Erfahrungs- und Erlebnishorizont der Zuschauer betreffender Themen“ (Scharf 1981, S. 175). Fernsehen trägt also zur sozialen Integration bei. In gleicher Weise bietet es Möglichkeiten zur Flucht aus dem Alltag und fungiert als Tröster. Mit anderen Worten, das Fernsehen ist so umspannend wie das Leben.<sup>62</sup>

### 3.6. Gehörlose und Internet

Im Jahre 2000 feierte das Internet<sup>63</sup> in Österreich seinen zehnten Geburtstag – seine rasante Entwicklung war und ist in keiner Weise aufzuhalten. Mit den Jahren sind immer mehr Einzelmedien zum Netzwerk dazu gekommen, angefangen vom WWW, über die Email bis zum Chat und vielen weiteren neuen Medien. Kein

---

<sup>62</sup> Im vorliegenden Zusammenhang und um die Bedeutung des Mediums Fernsehen hervorzuheben, sollte noch festgehalten werden: „Die meisten theoretischen Ansätze zur Mediennutzung beziehen sich auf das Fernsehen und wo es um ‚Funktionen der Medien‘ ging, ließe sich oft genauso gut von ‚Funktionen des Fernsehens‘ sprechen.“ (Meyen 2001, S. 126)

<sup>63</sup> Die Entstehung und Entwicklung des Internet begann im Jahre 1969 in den USA. Ziel war es einen raschen und schnellen Daten- und Informationsaustausch für militärische Zwecke und später ebenso für Wissenschaftler und Forscher zu organisieren. 1973 kam die erste internationale Verbindung des „Netzwerks von Netzwerken“ zustande. Die University of London und das Royal Radar Establishment in Norwegen wurden mit dem ARPANET verbunden. 1983 trennte man das ARPA-Netz in einen militärisches Teil, das MILNET (Military Network) und in den für Forschung und Entwicklung bestimmten Teil ARPANET. Wissenschaftliche und ökonomische Nutzung

anderes Medium zuvor kann ein solches explosionsartiges rasches Wachstum vorzeigen und schaffte es in solch kurzer Zeit, zum Massenmedium aufzusteigen. Das Internet mit seinen Einzelmedien hat sich mittlerweile zur viertstärksten medialen Kraft nach den Printmedien, dem Fernsehen und dem Hörfunk entwickelt.

„The Internet has revolutionized the computer and communications world like nothing before. The Internet is at once a world-wide broadcasting capability, a mechanism for information dissemination, and a medium for collaboration and interaction between individuals and their computers without regard for geographic location.“ (isoc 2002)

Diese Erkenntnis wird durch die stetig wachsende Zahl der Internet-Nutzer, die für das Jahr 2001 auf weltweit 445,9 Millionen geschätzt wird, bekräftigt. Bis 2004 wird laut eMarketer ein Anstieg auf bis zu 709,1 Millionen Internet-User (englische Bezeichnung für Nutzer) erwartet (vgl. eMarketer 2002) und bis zum Jahresende 2005 rechnet die CIA (Computer Industry Almanac) mit über 765 Millionen Usern weltweit, beziehungsweise mit 118 von 1000 Menschen (vgl. nic 2002). Doch durch die dezentrale Struktur des Internet (Netzwerk von Netzwerken) wird es wohl nie möglich sein, die Zahl der User je 100prozentig zu bestimmen.

<b>Internet Users Worldwide, by Region, 2000-2004 (in millions)</b>						
	<b>2000*</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>CAGR** 2000-2004</b>
North America***	108.1	133.4	152.0	169.3	184.5	14.3%
Europe	100.9	139.3	170.7	196.2	221.1	21.7%
Asia-Pacific	123.3	145.9	168.0	205.0	232.1	17.1%
Latin America	15.8	22.0	32.0	43.4	60.6	39.9%
Africa	4.1	5.3	7.2	9.0	10.9	27.7%
<b>Total Worldwide</b>	<b>352.2</b>	<b>445.9</b>	<b>529.9</b>	<b>622.9</b>	<b>709.1</b>	<b>19.1%</b>

*Note: \*eMarketer's year 2000 baseline is from the International Telecommunication Union's estimate of internet users aged 2 years and older, who have accessed the internet within the previous 30 days; \*\*Compound Annual Growth Rate; \*\*\*North America includes the US and Canada. Mexico is included in Latin America*  
 Source: eMarketer, December 2001

034873 ©2001 eMarketer, Inc. [www.emarketer.com](http://www.emarketer.com)

Abbildung 1: Zahl der weltweiten Internet-Nutzer

Quelle: eMarketer 2002

Die Nutzer sind eine wesentliche Komponente, wenn es um das Internet geht, denn das Verhalten der sozialen Akteure bestimmt erst das Internet (in seinem Bestehen) – d.h. das Internet wird durch die Nutzung<sup>64</sup> seiner selbst bestimmt und somit auch seine Entwicklung. Das Internet ist ein dynamisches, ständig wachsendes Netzwerk.

Das Internet wird generell zu den *Neuen Medien* geordnet und auch sonst wird die Position vertreten, das Internet sei ein Medium, doch ist es eigentlich nur eine *technische Infrastruktur*. Zunächst steht also die Auseinandersetzung mit der Frage, *ob und inwieweit das Internet wirklich ein Medium ist* an. Vor diesem Hintergrund wird dann auf das Internet – seine Vorteile, sein Nutzen, seine Funktionen etc. – für Gehörlose eingegangen.

<sup>64</sup> Die Nutzungshäufigkeit und -dauer sind wichtige Indikatoren dafür, welchen Stellenwert das Internet im Alltagsleben der Menschen einnimmt. In Österreich liegt die durchschnittliche Nutzungszeit im Monat etwas über sechs Stunden, in Deutschland bei ca. 10 Stunden. (vgl. mediaresearch 2002)

### 3.6.1. Ist das Internet ein Medium?

Ist das Internet ein Medium lautet die häufig gestellte Frage!

Im kommunikationswissenschaftlichen Sinn kann beim Internet eigentlich nicht von einem Medium gesprochen werden. Nichtsdestotrotz wird im allgemeinen – in Gesprächen, in Büchern und Studien<sup>65</sup>, ja in den Medien selbst – das Internet als Medium bezeichnet: meistens, weil man es nicht besser weiß, aber auch der Einfachheit halber wegen.

Die Kernaussage bei Wirth und Schweiger (1999a) ist, daß das Internet (im kommunikationswissenschaftlichen Sinn) kein Medium ist, „weil es (a) nur ein *technisches* Medium ist und (b) aus einer Vielzahl völlig unterschiedlich gearteter

---

<sup>65</sup> Vgl. u.a. ARD/ZDF-Online-Studie 2001.

Einzelmedien besteht.“ (Wirth/Schweiger 1999a, S. 48)<sup>66</sup> Diese Einzelmedien wären Email, Chat, Newsgroups und WWW – die beiden Autoren sprechen von diesen auch als Modi. (Aufgrund seiner one-to-one Kommunikation ist das WWW als das Massenmedium anzusehen, denn hier fehlt der Aspekt der sozialen Interaktivität, die bei Email oder Chat – many-to-many Kommunikation – gegeben ist.) Mit anderen Worten, das Internet ist als *Integrationspool* von Einzelmedien aufzufassen. Häufig ist vom Internet als „Hypermedium“, dieser Terminus bezeichnet die Verschmelzung aller bisherigen Medien, die Rede.

Auf diesen Aspekt hat auch Burkart (1999) aufmerksam gemacht, wenn er zwischen „Medien“ und „technisch-kommunikativen Infrastrukturen“ unterscheidet: Das Internet oder der Computer sind konkrete technische Geräte, die in erster Linie als kommunikative Infrastrukturen zu begreifen sind, mit deren Hilfe neue elektronische Medien wie Email oder Websites hervorgebracht werden können.

Das Internet ist sozusagen der Trägerkanal. Burkart vergleicht dieses mit dem Fernsehen, bei dem Kabel- und Satellitenfernsehkä-näle eher als kommunikative Infrastruktur zu begreifen sind, durch die unter bestimmten organisatorischen und institutionellen Bedingungen das *Medium Fernsehen* generiert werden kann. (vgl. Burkart 1999, S. 69)

---

<sup>66</sup> Auf die Dimension bzw. den Unterschied zwischen einer Technik und einem Medium machte schon Postman (2000, S. 106f.) – in einer sehr bildhaften Beschreibung – aufmerksam: „Die Technik verhält sich zum Medium wie das Gehirn zum Verstand oder zum Denken. So wie das Gehirn ist die Technik ein eigenständiger Apparat. So wie der Verstand ist das Medium die Art und Weise, in der man einen solchen materiellen Apparat gebraucht. Die Technik wird zum Medium, indem sie sich eines bestimmten symbolischen Codes bedient, indem sie ihren Ort in einer bestimmten sozialen Umgebung findet und indem sie in bestimmten ökonomischen und politischen

Medien, die einen kommunikationswissenschaftlichen Relevanzanspruch anmelden, sind *mehr* als nur Technik. In diesem Sinne führen Weischenberg (1998) sowie Wirth und Schweiger den Vorschlag von Kubicek (1997) an, zwischen technischen Medien, dies sind **Medien erster Ordnung** und institutionellen Medien bzw. **Medien zweiter Ordnung** zu unterscheiden. Zu den Medien erster Ordnung zählen Telefon und Fernsehgerät, genauso wie die CD-ROM – also alle Speicher-, Übertragungs- und Empfangsgeräte. Sie bilden die technische Grundlage für Medien. Von Medien zweiter Ordnung (im Sinne von Massenmedien) kann gesprochen werden, wenn diese Inhalte produzieren, strukturieren, selektieren und präsentieren, die dann von Rezipienten genutzt werden. (vgl. Weischenberg 1998, S. 51 sowie vgl. Wirth/Schweiger 1999a, S. 46) „Techniken bedürfen der Vergesellschaftung und werden erst dann zum publizistischen Medium, wenn sie über die Funktion eines technischen Vermittlungssystems hinaus in einen spezifischen institutionalisierten Handlungskontext eingebunden sind.“ (Neverla 1998, 29f.)

Medien erster Ordnung stellen demnach eine Möglichkeit dar, Medien zweiter Ordnung zu entwickeln.

Bezogen auf das Internet heißt dies nun, daß das Internet als die technische Infrastruktur erfaßt werden muß, die es ermöglicht, Inhalte jeder Art über den Computer, der sozusagen das Sende- und Empfangsgerät ist, zu vermitteln. Innerhalb des Internet braucht es sowohl Inhalte, als auch die Vermittlungsart und den konkreten Gebrauch, damit Medien zweiter Ordnung entstehen können. (vgl. Wirth/Schweiger 1999a, S. 46) Burkart bringt dies auf den Punkt, wenn er

---

Kontexten Fuß faßt. Mit anderen Worten, die Technik ist bloß eine Maschine; das Medium ist die soziale und

schreibt, „daß wir – im publizistischen Sinn – mit Hilfe der technischen Geräte die jeweiligen Medien erst hervorbringen, daß aber die technischen Geräte selbst nicht schon diese Medien sind.“ (Burkart 1999, S. 69)

Des weiteren spielt die Übertragungsrichtung eine entscheidende Rolle. Hierbei wird zwischen der **Push**- und der **Pull-Funktion** unterschieden.

„Medien sind für den „Push“ (vor allem) von Informationsangeboten zuständig.“ (Weischenberg 1998, S. 55) Beispielsweise geschieht das Versenden einer Email nur auf die Initiative des Senders hin. Der Empfänger oder Rezipient bekommt im Endeffekt Informationen ohne dafür großartig etwas zu tun. Vergleichbar ist dies mit den elektronischen Medien oder den Druckmedien; die Rede ist von Medien, die auf den klassischen Infrastrukturen liegen.

„Dies ist etwas anderes als das, was in kommerziellen Informationsnetzen und was im Internet geschieht; für den ‚Pull‘ von Informationen braucht man prinzipiell keine Medien, sondern nur bestimmte technische Artefakte, die den Zugriff erlauben.“ (Weischenberg 1998, S. 55) WWW und Newsgroups funktionieren im Pull-Verfahren. (vgl. (Wirth/Schweiger 1999a, S. 47) Der Nutzer muß hierbei aktiv sein, denn er muß selbst suchen, auch wenn der Server die Inhalte schon zum Herunterladen bereithält, beim „Pull“ ist die Interaktivität im Internet gefordert.

### 3.6.2. Das soziale Potential des Internet

Auf der Basis der vorliegenden Gedanken läßt sich schon erkennen, daß es bei Medien nicht nur um die technischen, sondern genauso um die sozialen Strukturen geht, denn Medien können nicht ausschließlich als technische Mittel verstanden werden. „Der Medienbegriff ist also nicht zu trennen von technischen und sozialen Bedingungen sowie der Organisationsform, denn sie bestimmen die soziale Kommunikationspraxis.“ (Jarren/Bonfadelli 2001, S. 142)

In besonderem Maße verweist Saxer auf die Doppelnatur von Medien und unterscheidet hier „zwischen dem kommunikationstechnischen (z.B. beim Buch: Materialität, Druck, Schrift, Schreib- und Lesefähigkeit) und dem sozialen Potential der Medien (z.B. beim Buch: Autoren, Verlage, Lesezirkel)“ (ebd.). Die Kommunikationstechniken sieht Saxer eher als aussageneutral. „Erst durch ihre Institutionalisierung, also durch die gewählte Organisationsform und den damit verbundenen rechtlichen, ökonomischen und kulturellen Regeln, erhalten Medien ihre soziale Bedeutung“ (ebd.). (vgl. auch Saxer 1999, S. 4f.)

Saxer (1999, S. 6) definiert – er redet hier von der „Nominaldefinition für Medien“: „Medien sind komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen“ und er charakterisiert (1) Medien als Kommunikationskanäle, d.h. Transportsysteme für bestimmte Zeichensystem, (2) Medien als (komplexe) Organisationen, d.h. „zweckgerichtete und zweckerfüllende Sozialsysteme“ (ebd., S.5) (Produktions- und Distributionsstätten), (3) Medien als Institutionen „(Normen- und Regelsysteme) zur Stabilisierung moderner Gesellschaften“ (Jarren/Bonfadelli 2001, S. 142).

In diesem Sinne muß auch das Internet als „sozio-technisches Gerät“ (Neverla 1998) angesehen werden. Mit dieser Begriffsbestimmung – wie es Dahinden (2001, S. 464) ausdrückt – werde das Internet nicht „auf seine technischen Komponenten“ wie Software, Computer und Netzwerke reduziert, sondern hervorgehoben werden in entscheidender Weise die „sozialen Komponenten, z.B. die die Intentionen und das Verhalten der Entwickler und Anwender des Internets“. Gerade die Neuen Medien<sup>67</sup> wie das Internet weisen ein hohes soziales Potential auf – u.a. aufgrund der Interaktivität.

Selbstverständlich kann die technische Komponente des Internet nicht völlig außer Acht gelassen werden, in den anschließenden Betrachtungen geht es jedoch (hauptsächlich) um das soziale Potential der Medien des Internet. Im Vordergrund stehen die von den Einzelmedien erbrachten Inhalte und Leistungen für die Gesellschaftsmitglieder sowie was letztere von den Medien fordern.

### 3.6.3. Internet als Informations- und Kommunikationsquelle

Das Internet ist insbesondere für Hörgeschädigte eine Ergänzung, teilweise ein Ersatz für andere Medien wie im Falle des Hörfunks. Auf der Website des Taubenschlags (Taubenschlag 2002b) heißt es, „will man die kompensatorischen Aspekte des Internets aufzeigen, muß man sich die Defizite Hörgeschädigter verdeutlichen“. Dabei geht es erstens um den kommunikativen Bereich, zweitens um den sozialen Bereich sowie drittens um den kognitiven Bereich (allgemeine

---

<sup>67</sup> Kunczik (2001, S.56ff.) gibt eine ausführlichere Übersicht zu Multimedia und Neue Medien.

Informationen und Wissenserwerb im Bereich der Freizeitgestaltung). Die folgenden Ausführungen gehen auf diese Perspektiven ein.

In Kapitel 3.5. wurde vom „Fernsehen als das wichtigste Medium für die Gehörlose“ gesprochen. Dies scheint heute noch in dem Sinne zuzutreffen, als daß bei Gehörlosen wie bei Hörenden ein Ungleichgewicht in der Struktur der Internet-Nutzerschaft vorliegt. Das Internet setzt technische Kenntnisse voraus, vor denen sich u.a. ältere oder weniger gebildete Menschen scheuen.<sup>68</sup> Das Fernsehen ist hingegen einfacher zu rezipieren, denn es verlangt keine besonderen Qualifikationen. Dennoch wird es durch das Internet ergänzt. Im Fernsehen läuft alles sehr schnell ab; die Untertitel springen häufig schneller weiter als man diese lesen kann, und der volle Wortlaut kann im Untertitel nicht angezeigt werden. Heute können jedoch viele Sendungen im Internet *nachgelesen* werden und so kann der Inhalt noch einmal rezipiert (und vertieft) werden. Hervorzuheben ist hier die Website der ARD-Tagesschau. Unter [www.tagesschau.de](http://www.tagesschau.de) wird das volle Programm angeboten. Alle Beiträge, obwohl diese schon untertitelt sind, können im Internet abgerufen werden, sowohl im RealVideo Format (mit Ton) als auch die (dazugehörigen) kompletten Texte sowie Bilder. Für Gehörlose ist dies der perfekte Service.

Genauso können die Informationen aus dem Radio auf den Websites der Sender abgerufen werden. Das fängt an bei den Nachrichten und geht bis zu den

---

<sup>68</sup> Anhand einiger Studien (Austrian Internet Monitor (AIM) 2001, ARD/ZDF-Online-Studie 2001) läßt sich die enge Verbindung zwischen Bildungsabschluß beziehungsweise Beruf und der Verwendung des Internet aufzeigen. Laut der ARD/ZDF-Online-Studie ist eine Nichtteilnahme am Internet – auch wenn sie langsam eine Anpassung der Internetpopulation in Richtung Gesamtbevölkerung zeigt – weiterhin abhängig von den klassischen Faktoren Alter, formaler Bildungsgrad und Berufstätigkeit. (vgl. ARD/ZDF-Online-Studie 2001, S. 384) „Dieser Vergleich gilt auch für eine regionale Gegenüberstellung: je wohlhabender ein Land ist und je gebildeter die Einwohner sind desto häufiger ist die Verwendung des Internet.“ (nic 2002) Österreich liegt bei den Internet-Usern in Europa laut AIM auf Platz acht gefolgt von Deutschland auf Platz 9. In Österreich gibt es

„Freizeittips“ für Samstagabend und das Wochenende. Das Internet kann demnach

---

derzeit 3.550.000 User, das entspricht 53 Prozent der Personen ab 14 Jahren. In Deutschland sind es 46 Prozent (31.900.000) der über 14-jährigen, die das Internet nutzen.

Ersatz für das bestehende Medienangebot sein oder „Komplementärfunktionen“ (Dahinden 2001, S. 470) übernehmen.<sup>69</sup>

Im vorliegenden Zusammenhang läßt sich sagen, daß im Internet Sachverhalte ausführlicher dargestellt werden aufgrund der Verlinkung mit anderen, diversen Sites und der Multimedialität.

### Multimedia

**Multimedia**<sup>70</sup> ist die aufeinander abgestimmte Verwendung bzw. Verschmelzung verschiedener Medien zu einem Medium. Fasching (1997, S. 58) definiert Multimedia als eine „Verknüpfung kontinuierlicher und diskreter Medien, die durch unterschiedliche Wahrnehmungskanäle des Menschen aufgenommen werden und digital kodiert und gespeichert dem Nutzer die interaktive Einflußnahme ermöglichen.“ Multimedia zeigt bei einer vielfältigen medialen

---

<sup>69</sup> Kunzick (2001, S.99) weist in diesem Zusammenhang auf Hagen (1998) hin, der feststellt, daß bei Fernsehen und Tageszeitungen tendenziell eher Substitutionsprozesse durch das Internet gegeben seien, dagegen bei Hörfunk und Zeitschriften eher Komplementärbeziehungen mit der Internetnutzung auftreten – die Effekte fielen insgesamt allerdings eher moderat aus. Die ARD/ZDF-Online-Studien 2000 sowie 2001 zeigen, daß Internet und TV (sowie Hörfunk) in direkter Konkurrenz unterschiedliche Bedürfnisse befriedigen. Hinsichtlich der zeitlichen Zuwendung und ihrer Entspannungs- und Unterhaltungsfunktion für die Nutzer dominieren immer noch Fernsehen und Hörfunk. Das Internet ist das „*Zukunftsmedium*“ dessen souveräne Handhabung geschätzt wird und bei dem Interaktion, Kommunikation und Information im Vordergrund stehen. Letzteres ist für nahezu alle User eines der wichtigen Zuwendungsmotive, da der Umgang mit dem Internet weiterhin „funktional-pragmatisch“ (ARD/ZDF-Online-Studie 2001) geprägt ist. Unter den intensiven Internet-Nutzern hat „das Internet bereits die Tageszeitung und das Fernsehen als das zentrale Informationsmedium abgelöst (..). Für die Gesamtheit der Mediennutzer halten sich die Tageszeitung und das Fernsehen noch als die Informationsmedien Nummer eins.“ (ARD/ZDF-Online-Studie 2001, S. 393; vgl. auch w3b 2001) Das Internet profitiert allerdings von dieser bevorzugten Nutzung von Fernsehen und Hörfunk, denn über die Hälfte der Befragten nutzt das Internet für vertiefende Informationen nach einer Sendung. „Im Umkehrschluss werden Sendungen häufiger gesehen und gehört, wenn online Zusatzinformationen bereitgestellt werden (31%). Für ein gutes Viertel (28%) erhöht sich das Interesse am gesamten Programm durch Onlinekontakte.“ (ebd., S. 394)

<sup>70</sup> Multimedia ist ein „medienwissenschaftlicher bzw. medientechnischer bzw. medienpolitischer Terminus und fuzzyartige Kollektivbezeichnung für das Zusammenwachsen der technischen Basis für Dienste der Telekommunikation, Datenverarbeitung und Unterhaltungselektronik: Technische Integration und Nutzung verschiedener Medien auf digitaler Basis. Ein gewisses Maß an Interaktivität (Zweiweg-, nicht Einwegkommunikation) wird meist vorausgesetzt.“ (Pape 1997, S. 377)

Überschneidung stufenlose Übergänge zwischen Individual- und Massenkommunikation auf.

Gerade für Gehörlose ermöglicht die Verbindung von Text, Sprache, Audio und Video sowie Telekommunikation und Computer (auf elektronischen Datenträger) eine effektivere Informationsaufnahme (vgl. u.a. die Website der Tagesschau). Hierdurch werden a) bessere Zugänge zu Informationen und b) neue und vielfältigere Kommunikationsformen ermöglicht. Multimediaanwendungen zeichnen sich durch ihre ‚Interaktivität‘ aus, denn der Rezipient verfügt über mannigfaltige Eingriffsmöglichkeiten, wodurch „die Inhalte erst auf seine Spezifikation hin in einer bestimmten Form dargestellt oder generiert werden“ (Kunczik 2001, S. 58) sowie durch die integrative Verwendung diverser Medientypen. Die passive Rolle der herkömmlichen Medien wird durch interaktive Strukturen ergänzt.

### Von Gutenberg zu Multimedia



	Multimedia 2000
	Minicompact Disc/CD-ROM 1992
	High Definition TV 1991
	Digitaler Mobilfunk 1990
	Digital Audio Tape 1987
	CD-Spieler 1983
	Bildplatzenspieler 1982
	Personalcomputer 1981
	Bildschirmtext 1980
	Video und Kabel 1978
	Satelliten-TV 1971
	Fernsehen 1954
	Tonbandgerät 1950
	Rundfunk 1920
	Drahtloser Telegraph 1897
	Film 1895
	Telefon 1875
	Elektrischer Telegraph 1840
	Fotografie 1829
	Zeitschrift 1682
	Zeitung 1609
	Buchdruck 1450

**L** Vno libro natore aucti  
 oculo ante mediu. dicit  
 gubus apostolor. postea  
 paulu fruar usq. ad con  
 fessionu ad sciensu dno sine ceimere:  
 nam nos vobcu unq. habuit nos si  
 lio: septuaginta et quatuor annoru  
 obiit in buchmia. pleu spiritu sandu.  
 Qui cu iam scripta esset euagelia. p  
 matheu quide in iudeu. p marcu aue  
 in italia. sandu iustigante spiritus in  
 archate parmbis lpe scripte euageliu:  
 significauo ma ipr in principio ante  
 iuu alia rta helenpta. Quirina ra c

Durch die Erfindung des Buchdrucks konnte Wissen erstmals der breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Es dauerte ca. 150 Jahre bis mit den ersten regelmäßig erscheinenden Zeitung 1609 in Straßburg der nächste Schritt in der Verbreitung von Massenkommunikation getan wurde. Durch die Fotografie ist es seit 1829 möglich, reale Abbildungen zu konservieren, seit 1895 können auch bewegte Bilder reproduziert werden. Mit der Erfindung des Telefons 1875 wurde der Schritt zur Echtzeit-Kommunikation über eine Fernleitung getan. Die Entwicklung des Fernsehens begann 1925, erst um 1950 nach einer 25jährigen experimentellen Entwicklung, wurde in Deutschland das Schwarzweiß-Fernsehen, im Jahre 1967 das Farbfernsehen eingeführt. Mit der Verbreitung des Personalcomputers seit 1981 beginnt das Zeitalter der digitalen Informationsverarbeitung. Durch die Weiterentwicklung des Computers zu einem Multimedia-PC ist es nun möglich, nahezu alle diese Entwicklungen zusammenzufassen: Er bietet die Verknüpfung von Schrift, Bild, Ton und Video zu einer Einheit. Durch Anschluß des Computers an das Datennetz

Abbildung 2: Von Gutenberg zu Multimedia  
 Quelle: BMWI-Report 1995

Die medialen Entwicklungen fielen zwar nicht immer zugunsten der Hörgeschädigten aus, auch wenn bsp. schon Bell (1875) nicht das Telefon im eigentlichen Sinne entwickeln wollte, sondern Schallwellen von Tönen für Gehörlose<sup>71</sup> sichtbar machen wollte. Doch dafür sind die neuen Informations- und Kommunikations-technologien eine Bereicherung für die Lebensqualität insbesondere in Sachen Wissen und Information gehörloser Menschen.

Die bisherigen Informationsbarrieren für Gehörlose werden nun aufgebrochen: so bietet das WWW eine riesige Menge an Informationen (Informationsvielfalt)<sup>72</sup>, die schnell abgerufen und weiterverbreitet werden können und dabei die gleiche Aktualität aufweisen wie Radio oder Fernsehen. Der Informationszugang ist hierbei theoretisch für alle Mitglieder einer Gesellschaft offen.<sup>73</sup> Die Vorteile für das neueste Medium unter den Massenmedien liegen also auf der Hand.

Fuxa (2001) führt in ihrer Diplomarbeit ein Interview mit einem Spätertaubten an, der letzteres bestätigt:

*„für Gehörbehinderte, die es technisch soweit interessiert und die sich darin auskennen, ist das Internet wirklich ein sehr großer Segen. Erstens für die Kommunikation und zweitens für das Bildungsangebot. Es kostet nicht viel, und*

---

<sup>71</sup> Alexander Graham Bell entwickelte während seiner Lehrtätigkeit an einer Schule für Gehörlose Geräte, die Töne ‚hörbar‘ machen sollten, indem man ihre Schallwellen sichtbar machte. Zusammen mit seinem Assistenten Thomas Watson arbeitete er an einem Gerät, das mit Hilfe von Membranen Töne sichtbar machen sollte. Die Töne sollten mit Hilfe von Elektrizität durch Metallkabel erzeugt werden. Das Resultat war überraschend. Die Kabel produzierten nicht nur Klänge, sondern leiteten auch Töne weiter, die die Membrane aufgenommen hatte. (vgl. u.a. Bergermann 1997; swissdeaf 2002)

<sup>72</sup> Die große und rasch wachsende Menge an Information wird häufig als Informationsflut beschrieben, vor der mittlerweile als Problem gewarnt wird. Denn immer neue Informationsquellen und Informationsangebote lassen bei der Informationsfülle kein Ende sehen. Riesige Informationsmengen werden heutzutage komprimiert mit enormer Geschwindigkeit um die ganze Welt geschickt. (vgl. Lorenz-Meyer, S. 26)

<sup>73</sup> Anzumerken ist zu diesem Aspekt, daß die Realität zwar unbegrenzte und umfassende Verfügbarkeit von Informationen vorsieht, jedoch keine unbegrenzte Zugänglichkeit. Damit wirklich allen Bürgern einer Gesellschaft die gleichen Chancen eingeräumt werden können, müssen die „two musts“ erfüllt sein: der öffentliche Zugang zu Informationsquellen für alle *muß* gewährleistet sein und neue Informations- und Kommunikationstechnologien *müssen* kostengünstig und einfach zu handhaben sein.

*man kann sich über alles informieren, auch über laufende Kurse, etc.* (Fuxa 2001, S. 125).“

### Informationsangebot im Internet

Die *Schwerpunkte der Internetnutzung* liegen in den Bereichen Individualkommunikation wie Email und Chat sowie bei der Informationssuche. (vgl. w3b 2002) Das Internet ist ein riesiger ‚universeller Informations- und Wissensspeicher‘. Es ermöglicht den Zugriff auf gewünschte Informationen in Sekundenschnelle, diese sind vielfältig bearbeitbar und für die nächsten Generationen archivierbar. Die Inhalte zeichnen sich durch hohe Aktualität aus und sind potentiell jederzeit und überall für jedermann verfügbar.

- World Wide Web

Zugriff zu den Informationen erhält man über das World Wide Web (auch WWW, Web oder W3 genannt)<sup>74</sup>. Das WWW ist der vielseitigste und mittlerweile populärste Internetdienst.<sup>75</sup> Es ist die integrative Plattform zur Verwendung weiterer Internetdienste – ein Multimediasdienst (vgl. Döbal/Werner 1997, S. 105).

Der Begriff „World Wide Web“ charakterisiert den Grundgedanken der weltweiten Vernetzung von Informationen – wie Friedlaender (1999, S. 70) dies ausdrückt – und beschreibt den Netzdienst als „ein multimediales Informationssystem“. Dieses strukturiert die Datenmassen im Internet, so daß der User einfacher durchs Netz reisen kann. Denn das WWW ist mittlerweile zu einem Universum von

---

<sup>74</sup> Im CERN (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire/Europäische Zusammenarbeit in der Kern-, Hochenergie und Teilchenphysik), das Kernforschungszentrum in Genf, schrieben 1990 Tim Berners-Lee und Robert Cailliau vom World Wide Web Consortium (W3C) den ersten Browser, und nannten ihn „World Wide Web“. Eine graphisch gestaltete sowie leicht zu bedienende Multimedia-Software, mit deren Hilfe sich die wichtigsten Dienste und Ressourcen des Internet mit geringen Computerkenntnissen bedienen und nutzen lassen. Tim Berners-Lee gilt allgemein als Erfinder des World Wide Web. Die Entwicklung des Browsers bedeutete, daß von nun an das Internet auch für Einzelpersonen sowie für kommerzielle Anwendungen zugänglich ist. (vgl. nic 2002; vgl. Koller 1999, S.69).

<sup>75</sup> Vgl. dazu näher w3b 2002 sowie ARD/ZDF-Online-Studie 2001.

Dokumenten gewachsen und bietet wohl zu jedem Thema Informationen. Die Nutzer sind inzwischen einer unüberschaubaren Fülle an Information ausgesetzt. Hilfe bei der Informationsbeschaffung bieten sogenannte Suchmaschinen und Metaindices<sup>76</sup>.

Die Palette des Informationsangebotes reicht dabei vom Text über Bilder, Audio-Dokumente bis hin zu kompletten Videosequenzen. Informationen sind also in den unterschiedlichsten medialen Darstellungsformen verfügbar, hier ist eine „technologische Konvergenz zwischen Inhalten aus den alten Medien (Text, Ton, Bild, Film) gegeben.“ (Dahinden 2001, S. 465) Für Gehörlose bedeutet dies den Schritt zum umfassenden Informationszugang.

Heutzutage muß man kein Computerexperte mehr sein, um das Internet zu nutzen.<sup>77</sup> Prinzipiell kann „jeder Nutzer des WWW ohne großen finanziellen Aufwand und ohne umfangreiche Spezialkenntnisse in Programmierung auf dem WWW publizieren“ (Dobal/Werner 1997, S. 115). So ist hinlänglich bekannt, daß die strikten Rollen von Kommunikator und Rezipient wie es bei den klassischen Medien der Fall ist, aufgelöst sind: jeder kann **Sender und Empfänger** sein.

---

<sup>76</sup> Suchmaschinen sind Computerprogramme zum Finden von Worten, Begriffen und Informationen, „die auf Eingabe von Suchbegriffen Ergebnislisten ausgeben, die per Hyperlink die Verbindung zu den gesuchten Inhalten ermöglichen, (...) Metaindices [geben] Rubriken vor“ (Dobal/Werner 1997, S. 117) – die Angebote werden dabei nach Kategorien wie Blumenläden oder Medienunternehmen sortiert.

<sup>77</sup> Mit dem WWW und den dazu passenden Browsern (engl. = to browse = umblättern) wie Mosaic oder Netscape, „Softwareprogramme, die das Suchen und ‚Surfen‘ [im WWW von Seite zu Seite springen – U.R.] in den nun hypermedialen Dokumenten ermöglichen“ (Rott 1997, S. 96), sind die gewünschten Seiten und Informationen schnell gefunden. Die abstrakte Seitenbeschreibungssprache HTML, ermöglicht es, mit einfachen Befehlen Text, Grafik und sog. „Hyperlinks“ oder „Links“ auf einer Bildschirmseite zu integrieren. Mit dieser Programmiersprache werden die Seiten des WWW programmiert. Mit Hyperlinks wird es dem Betrachter ermöglicht, per Knopfdruck zu anderen Quellen bzw. Sites zu wechseln, die eventuell weitergehende Informationen zu dem interessierenden Thema bieten. Die Fortbewegung durch das gesamte Internet mittels dieser Hyperlinks wird als „surfen“ bezeichnet. Die Homepage bildet dabei die erste Bildschirmseite eines WWW-Angebotes, alle darauffolgenden Seiten werden Websites genannt.

Dementsprechend werden viele der gehörlosen Websites von Gehörlosen selbst initiiert und gestaltet. Diese *deaf sites* – wie sie genannt werden, sind von und für Gehörlose und ihr Umfeld. Mittlerweile gibt es im WWW ein riesiges Reservoir an Websites von gehörlosen Organisationen und Verbänden. Für Österreich sind hier vor allem der WITAF mit seiner Website ([www.witaf.at](http://www.witaf.at)) sowie [www.gehoerlos.at](http://www.gehoerlos.at) zu erwähnen. Angebote en masse finden sich auch auf [www.taubenschlag.de](http://www.taubenschlag.de).

Die Inhalte reichen von aktuellen Diskussionen und Presseauschnitten, Links, Behördenhilfen, Kontaktmöglichkeiten, Hinweise auf unvertitelte Fernsehsendungen, Gesundheitstips, bis hin zu Umfragen und Diplomarbeiten sowie Ausflüge der Vereine etc. So soll der Taubenschlag

„Hörgeschädigten eine Informationsquelle bieten. Da Hörgeschädigte oftmals von Informationen ausgeschlossen waren, soll der Taubenschlag dazu beitragen diesen Mangel zu beseitigen. Das Internet bietet dafür ungeahnte Möglichkeiten. Allerdings ist es oftmals nicht einfach sich in diesem gigantischen Überangebot zurechtzufinden. Aus diesem Grunde hat der Taubenschlag auch eine Wegweiser-Funktion eingenommen. Mit Verknüpfungen in alle Welt wird die internationale Deaf World zugänglich gemacht.“ (Taubenschlag 2002e)

Die Websites vermitteln Informationen. Früher war das ein Bereich, von dem Gehörlose oftmals ausgeschlossen waren. „Wieder also eine kompensatorische Funktion des Internets.“ (Taubenschlag 2002g)

Eines der wichtigsten Merkmale des Internet ist seine Interaktivität<sup>78</sup>: Der Nutzer kann im Gegensatz zu den klassischen Medien in das Informationsangebot eingreifen, aktiv etwas verändern und selbst steuern – im WWW sind die User

---

<sup>78</sup> Jäckel verdeutlicht diesen Grundgedanken: „Der Abruf von Informationen aus Datenbanken hat mit Interaktivität zunächst nichts zu tun. Wenn diese Informationen aber nicht nur von beliebigen anderen gelesen werden können (...), sondern die Nutzer selbst zu Aussagenden werden können und die Möglichkeit haben, jederzeit darauf zu antworten, diese Informationen zu kommentieren oder sogar neue Themen ins Leben zu rufen, über die dann ein elektronisch vermittelter Austausch stattfindet, kann darin durchaus mehr als bloßes Abrufen gesehen werden.“ (Jäckel 1995, S. 100)

zumindest potentiell beides zugleich, Informationsproduzent und -anbieter. Fasching (1997) sieht das Internet als ein selbstorganisierendes System und somit als ein synergetisches Medium. Durch den relativ offenen und unreglementierten Zugang für alle Beteiligten kann jeder seine Meinung kundtun und zur Diskussion stellen, denn „der Informationsaustausch ist prinzipiell pluralistisch“ (Fasching 1997, S. 66) und „wenn er [der User] will und die nötigen Kenntnisse hat, [kann er sich] an der Umformung und Weiterentwicklung des Netzwerkes beteiligen“ (ebd., S. 48). Der hohe Grad an Interaktivität unterscheidet das Internet von den traditionellen Massenmedien. Dazu kommen bei letzteren eine „tiefe Eigenaktivität beim Rezipienten“ (Dahinden 1997, S. 467) im Vergleich zu einer „hohen Eigenaktivität“ (ebd.) beim Internet-Nutzer.

Auf den Punkt gebracht heißt das: „das WWW wurde primär für den Transfer von Informationen entwickelt und implementiert“ (Dobal/Werner 1997, S. 117). Das Internet gewährleistet nun ebenso Gehörlosen einen uneingeschränkten Informationszugang und damit folglich eine Wissenserweiterung. Denn unsere heutige Gesellschaft ist durch die zunehmende Informiertheit ihrer Mitglieder geprägt, und den Anschluß nicht zu verpassen wird immer schwerer. Ein Informationsvorsprung bedeutet eine gewisse Überlegenheit – eine Wissensüberlegenheit.<sup>79</sup>

---

<sup>79</sup> Diese Position und ihre Folgen sind nicht vollkommen neu. Bereits Maletzke (1980, S. 168) sprach schon in den 1980er Jahren in seiner „Theorie von der wachsenden Wissenskluff“ von der ungleichen Verteilung von Wissen. Die, die ohnehin schon gut Informierten und Gebildeten nutzen ihnen alle nur verfügbaren Quellen, folglich informieren und bilden sie sich immer weiter. Die weniger Informierten und Gebildeten hingegen gebrauchen diese Quellen größtenteils nur recht selten und werden so immer hinter der ersten Gruppe zurückbleiben. Die Segmentierung der Gesellschaft wird fortgesetzt, diesmal in Richtung Gebildete und Ungebildete. Diese Wissenskluff wachse durch den „Informationszufluß von Massenmedien in einem Sozialsystem“ (ebd.) und Maletzke prognostizierte schon in den 1980er Jahren, daß die Neuen Medien in diesem Sinne die Gesellschaft weiter teilen werden – die Rede ist von der sogenannten „Zweiklassengesellschaft“. Im

---

Falle einiger Gruppen wie die der Hörgeschädigten, kann es aber auch zu einer Annäherung an die ‚Informierteren‘ kommen.

Denn informative Mitteilungen erweitern das subjektive Wissen, d.h. den jeweiligen Erkenntnisstand des Empfängers, indem es Unkenntnis verringert oder gar beseitigt. Unter den traditionellen Medien waren Hörgeschädigten Informationen nur bedingt zugänglich, folglich war ebenso ihr Wissenserwerb eingeschränkt. Der Großteil des Wissens eines jeden Menschen basiert insbesondere heute nicht mehr auf den eigenen Erlebnissen und Erfahrungen, sondern ist „Information aus zweiter Hand“<sup>80</sup>. Sekundäre Informationsquellen<sup>81</sup> sind a) andere Menschen und b) die Massenmedien – letztere sind dies vor allem seitdem sich der Erkenntnisstand nicht mehr nur auf das Unmittelbare beschränkt, sondern sich das (Allgemein-)Wissen auch um das tägliche Weltgeschehen dreht. Die Vorstellung über *das Bild der Welt* ist größtenteils von den Massenkommunikationsmitteln geprägt. Dementsprechend geht es in erster Linie darum, Gehörlosen den freien Zugang zu Informationen nicht zu verwehren.

Das WWW ist vor allem ein Medium der Schriftsprache, denn es basiert auf Text; zudem steht sein visueller Charakter für gehörlose Menschen im Vordergrund. Informationen werden nun in einem Medium diskutiert und präsentiert – wie Bergermann (1997, S. 376) es faßt – das sich „weitgehend durch Tonlosigkeit und Visualität auszeichnet, den Sprachbedingungen Gehörloser also schon entgegenkommt, wenn auch noch weitere Techniken denkbar wären“. Das Haupthindernis im Internet ist die Sprachkompetenz. Doch auch

---

<sup>80</sup> Hiermit sind die Massenmedien sowie die Kommunikation mit anderen gemeint.

<sup>81</sup> Burkart bezeichnet dieses erlangte Wissen als „Sekundärerfahrungen“ (Burkart 1995, S. 376); Primärerfahrungen“ (ebd.) wiederum beruhen auf den eigenen Erlebnissen: „Informationsvermittlung via Massenkommunikation vollzieht sich nun im Rahmen derartiger Sekundärerfahrungen. Anstelle einer direkt zugänglichen, primär erfahrbaren Wirklichkeit präsentieren uns die Massenmedien ständig neue Wirklichkeiten.“ (Burkart 1995, S. 377)

„technische Hürden wie Fernsehen OHNE Untertitel, Rundfunk, politische Kundgebungen OHNE Gebärdensprachdolmetscher usw. führten sie ins Abseits. Durch das Internet steht jetzt eine unendlich größere Auswahl an Informationsquellen zur Verfügung“ (Taubenschlag 2002a).

Die Sprachkompetenz kann durch den ständigen Gebrauch der Sprache verbessert werden, denn Sprache erlernt man nur durch deren permanente Nutzung. Des weiteren bietet das Internet die Aussicht „spezielle Bildungsgänge für Hörgeschädigte auf überregionaler Ebene einzurichten“ (Taubenschlag 2002a) an.

Das Internet ist die optimale Informationsquelle: Zu finden sind spezielle Angebote für Hörgeschädigte<sup>82</sup>. (Siehe Seite 67f.) Freilich erleichtern genauso Service, die nicht speziell für Gehörlose sind, ihren Alltag. So erübrigt das Internet z.B. Telefonanrufe bei öffentlichen Stellen, Ämtern und Behörden. Denn Informationen stehen auf deren Websites (z.B.: Finanzamt) oder eine Email erledigt den Gang zum Amt. Insbesondere für Gehörlose, die der Lautsprache nicht mächtig sind, wird vieles einfacher. Für kleinere Probleme erübrigt sich der Weg mit dem Gebärdendolmetscher, denn die Email kann selbst abgeschickt werden.

Hierzu wird immer wieder das wunderbare Beispiel der Fahrplanauskunft bei der Bahn angebracht. War diese früher nur per Telefon oder über die Schlange am Schalter zu erfahren, geht dies nun einfach, schnell und komfortabel vom eigenen Schreibtisch aus. „Man bekommt detaillierte Auskünfte und kann sie sogar ausdrucken, um unterwegs nachzulesen, wann man wo umsteigen muß.“ (Taubenschlag 2002a)

---

<sup>82</sup> Das WWW unterscheidet sich in diesem Punkt sehr von den herkömmlichen Massenkommunikationsmitteln, indem es sich verstärkt an ein Individual- und Zielgruppenpublikum und nicht an ein Massenpublikum richtet.



### Internet – die Kommunikationsplattform

Das Internet ist nicht nur Informationsanbieter (Informationsfunktion), sondern daneben durch seine vielfältigen Dienste eine einmalige Kommunikationsplattform – es berücksichtigt mehr als andere Kommunikationstechnologien wie Telefon oder Fax die spezifische kommunikative Situation der Gehörlosen und erhöht dadurch die Chancen auf Beteiligung und Gleichberechtigung im kulturellen–gesellschaftlichen Umfeld und im Beruf. Das Internet überwindet die Dichotomie zwischen persönlichem Gespräch und der massenmedialen Kommunikation. Nach Rott (1997, S. 97) stellt das Internet (sowie die kommerziellen Online–Dienste) aus der kommunikativen Perspektive ein neues Medium dar, „welches sich durch Interaktivität, Austausch, Community und der Möglichkeit der Netzwerknavigation von den klassischen Medien unterscheidet“. Hinzuzufügen ist, daß die weltweite Vernetzung der Computer den Menschen völlig neue, globale und multimediale Kommunikationsmöglichkeiten bietet, dabei werden soziale Beziehungen ohne räumliche und zeitliche Anwesenheit der Kommunikationspartner ermöglicht, d.h. räumliche und zeitliche Grenzen werden aufgehoben. Jeder Netzteilnehmer kann dabei 24 Stunden erreichbar und aktiv sein.

Kommunikationssituationen und Kommunikationsfähigkeiten haben sich gerade im letzten Jahrzehnt stark verändert; demnach auch die sozialen Kontakte, die immer noch die wichtigsten Voraussetzungen für eine soziale Integration in die Gesellschaft sind. Heute kommuniziert die Mehrheit der Menschen (per Email) des öfteren mit einem Freund oder Bekannten, der sich mehrere Stunden von uns irgendwo anders auf dem Erdball befindet, als mit dem Nachbarn. Gespräche mit

*unbekannten* Menschen im Chat sind intensiver (und häufig gleich intimer, dies könnte jedoch durch die Anonymität verstärkt sein) als die Konversation beim Bäcker oder mit dem Arbeitskollegen. Die direkte menschliche Kommunikation wird zunehmend durch indirekte Kommunikationsformen ergänzt, oftmals sogar ersetzt. Mit dem Internet wächst die ortsunabhängige Kommunikation, die Überwindung räumlicher und sozialer Distanzen. In Betracht muß gezogen werden, daß soziale Integration – bei nicht face-to-face Kommunikation – ein gemeinsames Interessensgebiet voraussetzt, doch hierfür bietet u.a. das Web ein riesiges Reservoir an Informationen.

In der globalisierten Welt trifft man auf veränderte Interaktionsabläufe. Das Internet mit seinen Kommunikations- und Informationsdiensten geht hierauf ein, eröffnet einen neuen, integrierenden und damit beeindruckend umfassenden Interaktionsraum für seine Nutzer (vgl. Krotz 1998, S. 126), dessen Auswirkungen ebenso in der Realität zu spüren sind. Diese *neue Wirklichkeit* geht auf die Situation der Hörgeschädigten ein und sie können diese für ihren eigenen Gebrauch bzw. Nutzen einspannen.

### Internetdienste

Die neuen Kommunikationsmöglichkeiten werden durch die diversen Internetdienste ermöglicht. Das Internet kann man sich sozusagen als "*Universalmedium für Universalkommunikation*" vorstellen, denn es bietet neue Kommunikationsstrukturen sowie vermehrte Interaktionsmöglichkeiten an. An dieser Stelle sollen nur die im Kontext dieser Arbeit bedeutsamen Dienste

besprochen werden – die Rede ist von Diensten, die der Individual- und Gruppenkommunikation dienen.<sup>83</sup>

---

<sup>83</sup> Darüber hinaus gibt es noch eine unzählige Anzahl von weiteren Diensten wie FTP, Java, MUD's etc. Ausführlich werden diese u.a. unter [www.netlingo.com](http://www.netlingo.com) besprochen sowie in Friedlaender (1999, passim).

- **Email – die digitale Post**

Der Kommunikationsdienst Email gehört zu den ältesten Diensten des Internet. Attribute wie Geschwindigkeit, Sicherheit, Zeitunabhängigkeit und Zuverlässigkeit zeichnen ihn aus.

Emails ermöglichen es, weltweit persönliche Nachrichten zu übermitteln und das weitaus günstiger und schneller als dies auf dem normalen Postweg geschieht – sie ist das elektronische Pendant zum Brief. Sie unterstützt die interpersonale Kommunikation und ermöglicht überdies eine direkte Antwort. Für Gehörlose ist dies eine sagenhafte Innovation. Die Email ist ein hervorragendes Instrument zum Austausch von Information: so bietet sie die Möglichkeit Dateien als Anlage in wenigen Sekunden rund um den Globus zu schicken und dabei ist jeder Netzteilnehmer rund um die Uhr – natürlich nicht immer online – erreichbar. Die Email

„unterscheidet sich von anderen Kommunikationstechniken wie z.B. dem Telefon dadurch, daß es kein ‚Punkt-zu-Punkt-Dienst‘ ist, d.h. der Rechner des Senders und der Rechner des Empfängers müssen nicht zwingend in der Lage sein, direkt miteinander kommunizieren zu können. E-Mail ist gekennzeichnet durch eine sogenannte ‚store and forward‘ Funktionsweise – die zu sendende Information wird gespeichert und zum richtigen Zeitpunkt zum Empfänger befördert. (Friedlaender 1999, S. 72f.)

Denn die Emails werden in einer sogenannten Mailbox gesammelt; man muß sich das sozusagen als *Briefkasten* vorstellen. Emails vereinfachen, unterstützen und fördern die interpersonale Kommunikation ganz erheblich. Generell ist die Email der Individualkommunikation (one-to-one communication) zuzurechnen. Doch ist sie in gleichem Maße eine Form der Kommunikation zwischen zwei oder mehreren Personen, denn es besteht die Möglichkeit eine Email zur selben Zeit an mehrere Personen zu versenden. Jedenfalls kann per Email asynchrone Kommunikation stattfinden.

- **Newsgroups**

Newsgroups oder auch USENET sind virtuelle, elektronische Diskussionsforen, bei denen eine Nachricht, ein Bild oder eine Grafik in Form einer Email an eine zentrale Stelle gesendet wird. Jeder Teilnehmer kann daraufhin den Beitrag der anderen Newsgroup-Teilnehmer einsehen und auf den eigenen Rechner herunterladen. Die Themenvielfalt ist unersättlich und reicht von Politik, Kultur und Gesundheitstips über Computerfragen sowie Kochrezepte bis zu Hörschädigung.

Die meisten Newsgroups sind als offene, themenspezifische Diskussionsrunden zu sehen. Es gibt allerdings Gruppen, die von einem Moderator geführt werden, d.h. einer der Teilnehmer sichtet und sortiert die Beiträge und stellt diese nur in die Newsgroup, wenn sie formal und inhaltlich den Zielsetzungen der Newsgroup entsprechen.

- **Chat**

Chats ermöglichen soziale, interaktive Kommunikation in Echtzeit.

Chats sind

„a form of interactive online communication that allows you to have real time conversations with others on your computer. Chatting on the Internet can take place via Web pages in places known as chat rooms<sup>84</sup>. Either way, when participating in a chat discussion, your messages are instantaneously relayed to other members and their messages are instantaneously relayed to you.“ (netlingo 2002)

---

<sup>84</sup> Chat rooms – „A site on the World Wide Web where any number of computer users can type in messages to each other (chat) in real time, creating an online conversation. These messages usually appear on an area of the screen next to the user's nickname.“ (netlingo 2002)

Newsgroups und Chat sind generell der many-to-many communication zu zurechnen; denn es besteht, abgesehen von geschlossenen Benutzergruppen, die Möglichkeit, daß jeder Internet-Benutzer *seine Informationen* allen anderen Internet-User zugänglich macht. Im Vergleich dazu ist das WWW wegen der one-to-many communication unter den Internetdiensten am ehesten dem Massenkommunikationsbegriff zu zuordnen.

- ICQ

Des weiteren gibt es noch Programme wie ICQ, was soviel heißt wie I seek you (= Ich suche Dich). Dieses Internetprogramm gibt automatisch bekannt welche Nutzer online sind und welche offline, also wer bereit zum Kommunizieren ist und wer nicht. Als Kommunikationsmittel ist es stark vergleichbar mit dem Telefon, nur werden Informationen hier nicht über die gesprochene Sprache weitergegeben, sondern über die Schrift. Der Empfänger kann dabei zusehen wie der Kommunikationspartner schreibt, wodurch eine schnelle Kommunikation ohne große Pausen stattfinden kann. Hier findet simultane Kommunikation statt.

Auf den Punkt gebracht heißt das: Das Internet verfügt durch seine Dienste<sup>85</sup> über „beachtliche kommunikative Potentiale. Ein zentrales Element stellt die Diskussion der Teilnehmer untereinander in einer Unzahl von Foren [Chats und via Email] dar.“ (Kleinsteuber/Hagen 1998, S. 67). Email, Chat, Newsgroups und ICQ sind die neuen Kommunikationsformen, die sinnvolle und praktikable Ergänzungen zu den herkömmlichen (technisch vermittelnden) Kommunikationsmöglichkeiten bieten. Im Laufe der Jahre hat sich hier eine „eigenständige Kommunikationskultur“ (ebd.) entwickelt.

Diese Kommunikationsdienste können – besonders im Falle der Gehörlosen – auf die gleiche Ebene mit dem Telefon gehoben werden, denn es findet eine

---

<sup>85</sup> Im Vergleich mehrerer Studien (vgl. ARD/ZDF-Online-Studie; vgl. w3b-Studie) werden von den Internetdiensten das WWW zwecks Informationssuche und die Email am häufigsten genutzt.

simultane, dialogische Kommunikation statt. Mit anderen Worten, die neuen Kommunikationsdienste sorgen für eine rasche und direkte Übermittlungsmöglichkeit von Nachrichten an einen oder mehrere Adressaten und überwinden dabei alte Kommunikationsbarrieren. Im Gegensatz zu Briefen und Faxen findet eine intensivere

Kommunikation statt. Gleichzeitige Individualkommunikation in bilateraler (Email) oder multilateraler (Newsgroups) Form ist zur Realität geworden. Ebenfalls kann die Kommunikation zwischen Gehörlosen, die nur die Gebärdensprache und Hörenden, die nur die Lautsprache sprechen vereinfacht werden bzw. überhaupt zustande kommen.

Durch das Internet wird allerdings nicht nur die Kontaktaufnahme mit anderen leichter, sondern jeder findet auch die Möglichkeit, in viele verschiedene Rollen zu schlüpfen. (Beispielsweise muß bei der Teilnahme an einem Chat niemand wissen, ob die andere Person gehörlos ist oder nicht; denn leider ist es heute immer noch so, daß viele Hörende nicht wissen, daß sie sich einfach nur ganz natürlich verhalten sollen, wenn sie auf Hörgeschädigte treffen.)

Eine generelle Erkenntnis sticht bei diesen Ausführungen ins Auge: es gibt viele Möglichkeiten, die das Internet benachteiligten Mitgliedern der Gesellschaft bietet. Grund dafür sind vor allem seine Funktionen wie Information (und Überblickswissen), Integration und soziale Interaktion sowie Unterhaltung. Denn die gesellschaftliche Integration funktioniert selbstverständlicherweise in der heutigen mediatisierten, globalisierten und individualisierten Gesellschaft anders als in einer von Printmedien oder dem Fernsehen bestimmten.

„Sie findet nicht mehr vorrangig normativ, wertorientiert und im Hinblick auf Traditionen und den sozialen Nahraum und damit zwangsläufig ausgrenzend statt, insofern sich alle möglichst ähnlich orientieren sollen. Sondern einerseits funktional über Sachzwänge und Lebensbedingungen, andererseits aber verstärkt auf kulturell-kommunikative Weise: durch eine Vielfalt von möglichen und tatsächlich realisierten Interaktionen in unterschiedlichsten Umgebungen und Situationen mit den unterschiedlichsten Personen und Institutionen, durch eine kulturelle Austauschfähigkeit, die die Individuen prägt.“ (Krotz 1998, S. 132)

Die soziale Isolierung von gehörlosen Menschen kann mit dem Internet überwunden werden, von Fall zu Fall ergeben sich dadurch größere Chancen am gesellschaftlichem Leben teilzunehmen. Ich beziehe mich hier auf Integration im Sinn von bestmöglicher Teilnahme am gesellschaftlichen Leben, d.h. geringere Behinderungen bei der Informationsaufnahme und der (täglichen) Kommunikation, wodurch sich folglich bessere soziale Kontakte ergeben können.

#### Nachteile des Internet

Das Internet hat allerdings auch, wie bsp. Fernsehen oder Radio seine negativen Seiten. Hindernisse für die Online-Nutzung sind zumeist die hohen finanziellen Zugangsschranken. Die Anschaffung der Geräte, also Computer und Modem, verlangen hohe Erstinvestitionen und auch die Leistungs-/Betriebs- und Online-Telefonkosten müssen jeden Monat bezahlt werden. Ein weiteres Problem kann die Fähigkeit über die Computernutzung bzw. in Folge der Internetnutzung sein, die eine gewisse Konzentration sowie Wissen verlangt.

Sorge bereitet zudem die Vorstellung, daß sich insgesamt der soziale Bezugsrahmen durch virtuelle Gemeinschaften verändert. Es ist nicht vollkommen unbekannt, daß die Substitution der direkten Kommunikation durch die stetig wachsende indirekte Kommunikation die Isolation und Vereinsamung des Individuums gravierend verstärken könnte. McQuail (2000, S. 136) merkt hierzu an, „although computer-mediated communication does offer new opportunities

to cross social and cultural boundaries, it can also indirectly reinforce the same boundaries.“ McQuails Aussage muß allerdings in erster Linie auf hörende Menschen bezogen werden, denn bei Gehörlosen erhöht dieser (Kommunikations)Wandel wohl eher den Grad an Integration in die Gesellschaft. Eine gehörlose Person, die im Internet mit anderen Menschen regelmäßig kommuniziert, ist gegenüber Gehörlosen fast ohne Kontakt immer noch im Vorteil.

Fest steht, das Internet ist ein globales Netzwerk unterschiedlicher Computernetze, das seinen Nutzern einen Zugriff auf Datenbanken aller erdenklichen Art ermöglicht und somit Informationen für (fast) jeden zugänglich macht. Es erleichtert und beschleunigt die gegenseitige Kommunikation mittels verschiedener Dienste erheblich und verbindet dabei Millionen von Menschen. Frei von jeglicher staatlicher Reglementierung, ist es ein Netz ohne Eigentümer und ohne hierarchische Strukturen (Anarchie) – Selbstorganisation sowie Selbstregulierung zeichnen das Internet aus. Der Grund für diese Organisationsform ist die Globalität, die das Internet gegenüber den klassischen Medien auszeichnet, denn diese sind in ihrer Reichweite beschränkt. „The new technology can be said to facilitate globalization, because of its capacity to overcome time and space barriers (including national frontiers) to communication.“ (McQuail 2000, S. 136) Damit verbindet es die Gehörlosengemeinschaft(en) in der ganzen Welt und läßt einen Informations- sowie Kommunikationsaustausch innerhalb dieser Gruppe erstmalig vollständig zu.





## 4. EMPIRISCHER TEIL

Dieser Arbeit zu Grunde liegt die These, daß Massenmedien (in modernen Gesellschaften) die gesellschaftliche und kulturelle Integration fördern, und daß besonders das *Internet* dies im Falle der Gehörlosen verwirklicht. In Anlehnung an die bisherigen theoretischen Erkenntnisse soll der empirische Teil der Arbeit einen kausalen Nachweis für diese Annahme liefern.

Diesbezüglich ist anzumerken, daß wie bei den Hörenden nicht alle Gehörlosen das Internet nutzen, diese Tatsache tritt hier allerdings verstärkt auf, denn vielen Gehörlosen fehlen die entsprechenden Kenntnisse häufig schon aufgrund mangelnder Sprach- und Lesefähigkeit.<sup>86</sup>

Aufgrund der vielen Homepages für Gehörlose und Schwerhörige ist allerdings schon zu erkennen, daß es einen bestimmten Prozentanteil geben muß, der das Internet aktiv nutzt. Auf diese Gehörlosen bezieht sich die vorliegende Untersuchung anhand einer Online-Befragung.

Die vorliegende empirische Untersuchung kann keinen Anspruch auf Repräsentativität erheben, es können dennoch Tendenzen aufgezeigt werden und verallgemeinernde Annahmen gemacht werden.

### 4.1. Forschungsleitende Fragestellung

Die Forschungsfrage, die mit dieser Arbeit auf der Grundlage einer empirischen Untersuchung geklärt werden soll, lautet:

---

<sup>86</sup> Im speziellen setzt sich mit dieser Problematik Kap. 2.4.2. auseinander.

### **Fördert das Internet die (soziale) Integration der Gehörlosen in die Gesellschaft?**

Basis der Forschungsfrage ist die Integrationsfunktion von Medien. An dieser Stelle ist damit gemeint, ob seit der Internetnutzung *mehr* Integration der Gehörlosen stattfindet, und ob sich demzufolge Gehörlose nun aktiver an der Welt der Hörenden beteiligen können. Ziel der empirischen Untersuchung ist es, diesen Perspektiven nachzugehen und die forschungsleitende Fragestellung zu beantworten.

Dabei geht es allgemein um den Aspekt des Umgangs Gehörloser mit dem Internet, d.h. inwieweit das Internet von Gehörlosen genutzt wird und zu welchem Zweck. Diesbezüglich wird nach den Motiven der Internetnutzung gefragt und es soll geklärt werden, ob WWW und die Internetdienste bessere Chancen als die traditionellen Medien bieten. Im speziellen soll der Stellenwert des Internet für Gehörlose als Informationsquelle erhoben werden, d.h. informieren sich Gehörlose bevorzugt aus dem Internet (und erhalten sie die gewünschten Informationen). Des weiteren steht im Vordergrund, inwieweit sich die Kommunikationsmöglichkeiten der Gehörlosen (mit anderen Gehörlosen sowie Hörenden) seit der Nutzung des Internet verbessert haben.

#### 4.1.1. Forschungsinteresse

Das Forschungsinteresse, d.h. die zu erhebenden Daten von Gehörlosen haben ihren Schwerpunkt in der Erforschung der Internetnutzung, und zwar im Vergleich zur allgemeinen Mediennutzung von gehörlosen Menschen – hierbei werde ich mich auf die vorliegenden theoretischen Erkenntnisse stützen – sowie den Zweck

der Internetnutzung. Überdies ist die Eingliederung von Minderheiten in eine Gesellschaft von Interesse.

Anzumerken ist hier die Tatsache, daß zum Thema Gehörlose und Internet bei der Literaturrecherche kaum etwas zu finden war und die bisherigen, sehr wenigen Studien zu diesem Thema andere Perspektiven verfolgen. Zumeist beschränken sich diese auch nicht nur auf Gehörlose, sondern beziehen Schwerhörige in die Erhebung mit ein.

#### 4.1.2. Forschungsfragen und Hypothesen

Angenommen wird, wie dies im theoretischen Teil schon ersichtlich wurde, daß das Internet im Vergleich zu den traditionellen Medien für Gehörlose einen größeren Nutzen erbringt; dies bezieht sich u.a. auf die Befriedigung des Informations- sowie Integrationsbedürfnisses.

Die zu überprüfenden Hypothesen und Forschungsfragen beziehen sich auf die zentralen Untersuchungsblöcke: Integration, Information, Internetnutzung sowie Kommunikation.

Folgende Hypothesen wurden aufgestellt und mittels eines Fragebogens der Überprüfung unterzogen. Es werden jeweils die Hypothesen mit den hypothesenunterstützenden Annahmen aufgelistet:

1. Gehörlose sind der Meinung, daß sie die Medien im Vergleich zu Hörenden schlechter nutzen können.

Das Informations- und (Unterhaltungs)angebot durch Tageszeitungen ist für Gehörlose nicht so ausreichend wie für Hörende.

Das Informations- und (Unterhaltungs)angebot durch das Fernsehen ist für Gehörlose nicht so befriedigend wie für Hörende.

2. Gehörlose können sich über das Internet über verschiedene Themen informieren.

Gehörlose können sich über das Internet über Ereignisse/ Neuigkeiten/das Geschehen in ihrer unmittelbaren Nähe informieren.

3. Gehörlose glauben, daß sie besser informiert sind, seitdem sie das Internet nutzen.

4. Gehörlose nutzen das Internet hauptsächlich, um sich zu informieren.

5. Das Internet bietet Gehörlosen *genauere* Informationen als das Fernsehen.

Das Internet wird von Gehörlosen gegenüber dem Fernsehen für mehr Themen bevorzugt.

6. Gehörlose haben das Gefühl, das Internet ermöglicht eine einfachere Kommunikation mit anderen Gehörlosen.

7. Gehörlose haben das Gefühl, durch das Internet mehr Kontakte zu Hörenden zu haben als bisher.

8. Durch die aktuellen Informationen aus dem Internet wird Gehörlosen eine Möglichkeit gegeben, sich aktiver an den Gesprächen und Geschehnissen in der Gesellschaft zu beteiligen.

### Hypothesenbegründung

- Zu Hypothese 1

**Gehörlose sind der Meinung, daß sie die Medien im Vergleich zu Hörenden schlechter nutzen können.**

Aufgrund der bei vielen Gehörlosen vorhandenen schwächeren Lesekompetenz und der u.a. damit einhergehenden eingeschränkten Medienkompetenz, ist es für gehörlose Menschen schwerer Printmedien zu rezipieren.<sup>87</sup> Die Hörbehinderung schließt das Radiohören aus und das Fernsehen kann, wie in Kapitel 3.5. ausführlich behandelt wurde, wegen der häufig fehlenden Untertitelung und der (fast) nicht vorhandenen Übersetzung in Gebärdensprache auch nur eingeschränkt genutzt werden. Gehörlose sind bei der Medienrezeption also eindeutig benachteiligt gegenüber Hörenden.

- Zu Hypothese 2

**Gehörlose können sich über das Internet über verschiedene Themen informieren.**

Gehörlose Menschen können das Internet in gleichem Maße nutzen wie hörende Menschen, d.h. der Weg zu Informationen ist frei und offen. Dazu bietet das WWW zu (fast) jedem Thema Informationen. Mit anderen Worten: alle Informationen im Internet sind für Gehörlose zugänglich. (vgl. hierzu Kap. 3.6.3.)

---

<sup>87</sup> Siehe dazu Kapitel 2.4.1. sowie 2.4.2.

- Zu Hypothese 3

**Gehörlose glauben, daß sie besser informiert sind, seitdem sie das Internet nutzen.**

In der Zeit vor dem Internet waren Gehörlose massiv in ihrer Medienrezeption und somit in der Informationsaufnahme eingeschränkt. Durch das Internet ist ein freier ‚vollständiger‘ Informationszugang gewährleistet. (vgl. Kapitel 3.2.–3.6.)

- Zu Hypothese 4

**Gehörlose nutzen das Internet hauptsächlich, um sich zu informieren.**

Diese Aussage wurde erstens angesichts des menschlichen Bedürfnisses nach Information, das befriedigt werden soll, getroffen. (vgl. Kapitel 3.1.) Zweitens basierend auf der allgemeinen Erkenntnis, daß das Internet primär zur Information und sekundär zur Kommunikation, Unterhaltung etc. genutzt wird. (siehe hierzu u.a. ARD/ZDF–Online–Studie 2001)

- Zu Hypothese 5

**Das Internet bietet Gehörlosen *genauere* Informationen als das Fernsehen.**

Die theoretischen Erkenntnisse über die Rezeption von Informationen aus dem Fernsehen (vgl. dazu Kap. 3.5.) zeigen, daß die Informationen aus dem Internet für gehörlose Menschen genauer und ausführlicher sind, da das Fernsehen wegen der Hörbehinderung nur eingeschränkt genutzt werden kann. Des Weiteren sind beim Internet die Hintergrundinformationen sowie weiterführende Informationen zu berücksichtigen. Das Fernsehen wurde unter den traditionellen Medien zum

Vergleich ausgewählt, da es bisher als „das wichtigste Medium für Gehörlose“ angesehen wurde bzw. wird. (vgl. dazu S. 60f. sowie S. 77f.)

- Zu Hypothese 6

**Gehörlose haben das Gefühl, das Internet ermöglicht eine einfachere Kommunikation mit anderen Gehörlosen.**

Internetdienste bieten eine schnellere und effektivere Kommunikation als herkömmliche Kommunikationswege wie Briefe oder Fax. Kommunikationsbarrieren, die bsp. beim Telefonieren auftauchen, sind bei Diensten wie ICQ nicht vorhanden. Da gehörlose Menschen eine Minderheit in der Gesellschaft sind, können sie via Internetdienste den Kontakt zu Gehörlosen in der ganzen Welt besser aufbauen. (vgl. dazu S. 35ff. sowie das Unterkapitel Internet – die Kommunikationsplattform S. 89ff.)

- Zu Hypothese 7

**Gehörlose haben das Gefühl, durch das Internet mehr Kontakte zu Hörenden zu haben als bisher.**

Durch Internetdienste wie Chat, Email oder ICQ können Gehörlose in intensiverem Kontakt mit Hörenden treten (egal ob bewußt oder unbewußt bzw. anonym) und überdies können selbständig Treffen mit Hörenden vereinbart werden, denn es wird kein Dolmetscher fürs Telefonieren gebraucht. (vgl. S. 36f.) Andererseits kann der höhere gemeinsame Wissensstand, durch die Informationen aus dem Internet, Anknüpfungspunkt für Gespräche und somit Kontakte sein.

- Zu Hypothese 8

**Durch die aktuellen Informationen aus dem Internet wird Gehörlosen eine Möglichkeit gegeben, sich aktiver an den Gesprächen und Geschehnissen in der Gesellschaft zu beteiligen.**

Um sich am gesellschaftlichen Leben beteiligen zu können, muß man wissen, worüber die Menschen sprechen und was in der Welt geschieht; um so ‚wissender‘ man diesbezüglich ist, um so leichter wird die Integration. Medien setzen Gesprächsthemen und berichten über Geschehnisse – diese Informationen sind im WWW für gehörlose Menschen genauso rezipierbar wie für Hörende. Die Medienkompetenz beim WWW (Internet) ist nicht aufgrund der Hörbehinderung von vornherein eingeschränkt. (vgl. hierzu das Unterkapitel Informationsangebote im Internet S. 83ff.)

## **4.2. Methodik**

Zur Beantwortung der Fragestellung und Hypothesen wurde die Methode der schriftlichen Befragung, in diesem Fall die des Fragebogens, gewählt. Die Methode der quantitativen Befragung eignet sich vorwiegend um Einstellungen und Meinungen einer größeren Anzahl von Personen zu erheben und scheint daher die optimale Methode zu sein, um auf die forschungsleitende Fragestellung einzugehen. Der Fragebogen ist ein relativ stark strukturiertes Instrument der empirischen Sozialforschung, das mit offenen und geschlossenen Fragen<sup>88</sup> arbeitet.

---

<sup>88</sup> „Die Offenheit resp. Geschlossenheit einer Frage bezeichnet den Spielraum, der dem Antwortenden gelassen wird.“ (Attelstlander 1995, S. 180)

#### 4.2.1. Erhebungsinstrument: die Online-Befragung

Bei der durchgeführten empirischen Studie handelt es sich konkret um eine Online-Befragung, d.h. um eine Befragung innerhalb des Internet mittels eines Fragebogens auf einer Website wie dies der Fall war oder auch mittels Emailversand. Die Methode der Online-Befragung wurde gewählt, da sich die Studie mit dem Internet bzw. dem Umgang mit dem Internet befaßt und somit die Zielgruppe der **Internet-Nutzer** direkt angesprochen werden konnte.

Die Vorteile der Online-Befragung liegen bei den geringen Kosten sowie der Möglichkeit einer sehr schnellen Datenerhebung.

Als Nachteile werden allgemein aufgeführt, daß nur Internet-Benutzer erreichbar sind, was im konkreten Fall allerdings beabsichtigt war, also nicht als Nachteil gewertet werden kann. Des weiteren, daß keine detaillierten Erhebungen zum Benutzerverhalten möglich sind, eine Rekrutierung der Teilnehmer aufgrund einer systematischen Stichprobenziehung als sehr schwierig gilt, denn die Teilnehmer stoßen eher durch Zufall auf die Umfrage und die Grundgesamtheit ist nur schätzungsweise bekannt. Generell ist bei Online-Befragungen von einer geringen Teilnehmerbereitschaft auszugehen. (vgl. Dahinden 2001, S. 476) Dieser Aspekt spiegelte sich dann auch in der eigentlichen Befragung wieder, denn es dauerte länger als zunächst geplant, um eine gewisse Stichprobengröße zu erhalten. Dies lag erstens an der generell bestehenden geringen Bereitschaft an Online-Befragungen teilzunehmen und zweitens an der Tatsache der relativ kleinen Zahl an gehörlosen Internet-User. Denn Gehörlose machen nur einen

Bruchteil der Gesamtbevölkerung aus und überdies nutzt wiederum nur ein Teil dieser Personengruppe tatsächlich das Internet.

#### 4.2.2. Operationalisierung

*„Unter Operationalisierung versteht man die Schritte der Zuordnung von empirisch erfaßbaren, zu beobachtenden oder zu erfragenden Indikatoren zu einem theoretischen Begriff. Durch Operationalisierung werden Messungen der durch einen Begriff bezeichneten empirischen Erscheinung möglich.“ (Atteslander 1995, S. 61)*

Im alltäglichen Leben taucht dieses Problem sehr selten auf, denn durch die Sozialisation haben wir erfahren und gelernt, welche Bedeutung die diversen Begriffe für uns haben, so daß niemand lange darüber nachdenken muß. „Auf diese Weise bekommen Worte Sinn, so erst wird auch Verständigung in einer Gemeinschaft möglich.“ (Brosius/Koschel 2001, S. 39)

Die vorliegende Arbeit behandelt in erster Linie den Begriff der „sozialen Integration“ – denn Gegenstand dieser Arbeit ist, „inwieweit das Internet die Integration der Gehörlosen in die Gesellschaft fördert“. Im Zusammenhang mit diesem Erkenntnisinteresse geht es primär um den Informationsbegriff, d.h., „inwieweit das Internet Informationen für Gehörlose bereitstellt“ – denn Kenntnisse über das allgemeine Geschehen, über Normen und Werte etc. erleichtern die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben. Andererseits kommt der Terminus Kommunikation ins Spiel, denn ebenso kann u.a. der Prozeß der technisch vermittelten Kommunikation via Internet zu einer verbesserten Integration führen.

#### Variablen

- **Soziale Integration**

Unter *Integration* ist allgemein „die soziologische Bezeichnung für Prozesse der verhaltens- u. bewußtseinsmäßigen Eingliederung in bzw. Angleichung an Wertstrukturen und Verhaltensmuster (a) durch einzelne Personen an bestimmte Gruppen oder Organisationen oder in die für sie relevanten Bereiche einer Gesellschaft; (b) zwischen verschiedenen Gruppen, Schichten, Klassen, Rassen einer Gesellschaft“ (Hillmann 1994, S. 377) gemeint. Diese Definition wird als grundlegend angenommen und auf die Perspektive der Gehörlosen übertragen.

Konkreter definiert, bedeutet *Integration* in dieser Arbeit eine ‚aktivere Teilnahme und Eingliederung der Gehörlosen in die Gesellschaft bzw. die Welt der Hörenden‘.

Hierbei spielen folgende Indikatoren eine besonders wichtige Rolle:

- Informiertheit der Gehörlosen
- Verbesserung der Gesprächsbasis aufgrund gleichem bzw. ähnlichem Wissen
- Kontaktpersonen der Gehörlosen (Hörende und Gehörlose)
- Kontakthäufigkeit, d.h. haben Kontakte zu Hörenden und anderen Gehörlosen zugenommen in Anzahl und Intensität
- Kontaktart (über Internetdienst, über die direkte Kommunikation)

#### • **Information**

Der Begriff *Information* wird auf der Basis der bisherigen Reflexion des Informationsverhaltens Gehörloser betrachtet, dies wurde auch bei der Erstellung des Fragebogens in Betracht gezogen. Siehe hierzu insbesondere die Definition von Information in der Einleitung. Der Informationsbegriff muß sehr breit gefaßt werden, denn es geht um alles was das Alltagsleben der gehörlosen Internet-

Benutzer berührt. Die dortigen Darlegungen werden durch folgendes Zitat unterstützt, das sich konkret auf die Internet-Nutzer bezieht und wie diese im allgemeinen den Informationsbegriff auffassen und verwenden:

„Fragt man Internetnutzer zu den Internetangeboten im Bereich Information, wie dies kürzlich im Rahmen einer qualitativ-psychologischen Untersuchung ausführlich geschehen ist, wird deutlich, dass die Kategorien Information im Internet nur sehr unscharf definiert ist. Nicht Trennschärfe und Präzision dominieren, vielmehr wird der Begriff Information auch mit affektiven Erfahrungswerten aufgeladen. Was gehört dazu? Nachrichten, Wetter, Sport, natürlich Klatsch und Tratsch, Horoskope vielleicht, Preisinformationen über beliebige Produkte gewiss. Der Bereich Information wird von den Onlinenutzern überaus breit gesehen. Praktisch allem, was im Internet zu finden ist, wird ein Informationswert zugeschrieben. Möglicherweise hängt diese Nutzerperspektive damit zusammen, dass Internetangebote vielfach schlicht Angebote zum Lesen sind. Sie erhalten dadurch von vornherein eine starke rationale Prägung und werden aufgrund dessen intuitiv als Informationsangebote eingestuft.“ (Oehmichen/Schröter 2001, S. 413)

- **Kommunikation**

Desgleichen wurde bereits der Terminus *Kommunikation* in seiner formalen Bedeutung (siehe dazu S. 30ff.) ausführlich behandelt und wurde auf das Kommunikationsverhalten Gehörloser sowie gehörloser Internet-User umgelegt (siehe dazu S. 35ff.). In dieser bereits dargestellten Begrifflichkeit wird Kommunikation verwendet.

Von Bedeutung ist hier erstens die technisch vermittelte Kommunikation (Internetdienste) mittels der Gehörlose nun genauso schnell kommunizieren können wie dies hörende Menschen schon immer konnten. (Früher war die Alternative zum Telefonieren der Brief, heute ist es die Email oder ICQ.) Zweitens können Gehörlose nun genauso selbständig kommunizieren wie hörende Menschen. (Angesichts von Messenger Programmen wie ICQ wird kein Dolmetscher zum Telefonieren mehr gebraucht.) Ein weiterer Aspekt ist das

größere Wissen bzw. die bessere Informiertheit, die u.a. zu intensiveren Gesprächen führen kann.

#### 4.2.3. Erstellung des Online-Fragebogens

Generell ist bei der Gestaltung eines Fragebogens primär darauf zu achten, daß dieser für den Untersuchungsgegenstand sowie für die Befragten angemessen ist. Insbesondere bei der Befragung von Gehörlosen ist es wichtig, daß die Befragten nicht überfordert werden.

In einem Fragebogen sollten möglichst „kurze, verständliche und hinreichend präzise Fragen“ (Diekmann 1996, S. 410) gestellt werden. Des weiteren sollten einfache Worte gewählt werden, Fremdwörter und Schachtelsätze heißt es generell zu vermeiden, und die Sprache muß an die Sprache der Zielgruppe angepaßt werden. (vgl. Diekmann 1996, S. 410) Vor allem bei Gehörlosen muß auf diese Aspekte geachtet werden: es gilt demnach den Fragebogen einfach und verständlich zu konzipieren, dabei haben leichte und kurze Fragen besondere Priorität, denn aufgrund der Gehörlosigkeit kann es bei einigen Gehörlosen zu einer eingeschränkten Sprach- und folglich auch Lesekompetenz kommen. Die Auswirkungen der Hörschädigung auf die Laut- und Schriftsprachkompetenz und somit auf die Medienkompetenz wurden bereits weiter oben (Kap. 2.4.2.) dargestellt. Bei der Befragung wurden bevorzugt geschlossene Fragen verwendet, da so geringere sprachliche Probleme<sup>89</sup> bei der Beantwortung der Fragen auftauchen.

Nachdem ich den ersten Fragebogen konzipiert hatte, habe ich mich bei Fachleuten vergewissert, inwieweit die Fragen auf die Wortwahl der Gehörlosen zu

---

<sup>89</sup> Ein Bild von diesem Aspekt geben manche der Zitate aus der Umfrage. Vgl. hierzu den Interpretationsteil der Ergebnisse (Kap. 4.4.). Auszüge der Anmerkungen im Anhang.

treffen und welche Schwierigkeiten auftauchen könnten. Atteslander (1995, S. 343) spricht in diesem Zusammenhang von der „*sprachlichen Verständlichkeit*“. Damit ist gemeint, daß „die Fragen auf einem Sprachniveau formuliert werden, das dem der Befragten entspricht“ (ebd.). So wurde mir unter anderem geraten, anstelle von ‚mit anderen reden‘ die Redewendung ‚mit anderen plaudern‘ zu schreiben. Weiterhin geht es um das „*inhaltliche Verständnis*“ (ebd.), d.h. „es ist zu prüfen, ob die Fragen ihrer Intention entsprechend verstanden werden“ (ebd.). Die entsprechenden Anregungen und Verbesserungen für meinen Fragebogen habe ich bei nochmaliger Überarbeitung zur Kenntnis genommen. Trotzdem könnte es sein, daß bei Frage 11c) „wie wichtig sind Ihnen bei Gesprächen mit Freunden folgende Quellen für Information?“ wegen des „inhaltlichen Verständnisses“ vier Personen ausgestiegen sind. Denn während die Umfrage lief, wurde mir von zwei Personen, die fast täglich mit Gehörlosen zu tun haben, mitgeteilt, daß es bei dieser Frage zu Mißverständnissen kommen könnte. Ob die befragten Personen aus diesem Grund bei der Frage ausgestiegen sind, kann allerdings nicht beantwortet werden. Da die Aspekte des sprachlichen sowie inhaltlichen Verständnisses zu berücksichtigen waren, wird im Fragebogen vom Internet als Medium gesprochen (vgl. hierzu u.a. Frage 9 und 12), ansonsten wäre es unter den Befragten zu Verwirrungen und Mißverständnissen gekommen. Im Zuge der Darstellung der Ergebnisse wird diese sprachliche Verwendung beibehalten.

#### 4.2.4. Das Online-Tool

Für meine Online-Umfrage stellte mir die Firma Globalpark GmbH den von ihr entwickelten Fragebogengenerator zur Verfügung. Dieser Fragebogen-Tool,

genannt OPST (Online-Panel Site Tool), besteht aus einem Satz an komplexen und dennoch einfach zu bedienenden Modulen für Online Research. Damit lassen sich recht einfach Online-Fragen generieren und die Umsetzung des Fragebogens ist schnell abgeschlossen.

Kernelemente von OPST sind u.a.:

- multifunktionale Administrationsoberfläche
- Online-Fragebogengenerator (Filterführung, Vollständigkeitsprüfung, flexibles Design usw.)
- Fragen- und Designbibliothek
- Qualitative Forschungsplattform
- SAV (SPSS) und CSV-Datenexport
- umfassender Feldbericht und Feldstatistik (vgl. opst 2002)

#### 4.2.5. Datenerhebung

Der Fragebogen wurde jeweils auf einer österreichischen Website für Gehörlose ([www.gehoerlos.at](http://www.gehoerlos.at)) und einer deutschen Website ([www.taubenschlag.de](http://www.taubenschlag.de)) veröffentlicht. Auf [www.gehoerlos.at](http://www.gehoerlos.at) war der Link zu meiner Umfrage über den gesamten Erhebungszeitraum auf der Startseite auffällig platziert. Unter [www.taubenschlag.de](http://www.taubenschlag.de) wurde die Befragung zunächst in einem Frame auf der Titelseite veröffentlicht, nach etwa zwei Wochen war sie nur mehr an weniger prominenter Stelle unter „Umfragen“ zu finden. Diese Tatsache verringerte folglich die Zugriffe, da der Fragebogen nicht sofort beim Öffnen der Website erblickt werden konnte. Die Möglichkeit den Fragebogen per Email zu verschicken

wurde von vornherein nicht in Betracht gezogen, da die entsprechenden Email-Adressen nicht zur Verfügung standen.

Des weiteren habe ich verschiedene Gehörlosenvereine per Email und per Fax angeschrieben und auf meine Umfrage hingewiesen. Diesbezüglich habe ich auch darum gebeten, meine Umfrage unter den Gehörlosen bekannt zu machen. Hierbei wurde darauf aufmerksam gemacht, daß sich Umfragen zur Thematik Gehörlosigkeit<sup>90</sup> stark häufen und somit die Bereitschaft und das Interesse an Umfragen teilzunehmen bei den Gehörlosen sinke.

Die Online-Befragung dauerte von Donnerstag, 07. März 2002 bis einschließlich Donnerstag, 02. Mai 2002.<sup>91</sup> Auffällig war, daß, weil Ostern und somit auch eine Ferienwoche in diesen Zeitraum fiel, acht Tage lang kein einziger Fragebogen ausgefüllt wurde.

### **4.3. Auswertung und Ergebnisse**

#### **4.3.1. Untersuchungspersonen**

Teilnehmer der Online-Befragung waren Gehörlose, die das Internet nutzen. Auf der Startseite der Befragung<sup>92</sup> wurde daraufhingewiesen, daß sich der Fragebogen ausschließlich an gehörlose Menschen richte und nicht an Schwerhörige, und es wurde darum gebeten, daß auch nur Gehörlose die Fragen beantworten. Die

---

<sup>90</sup> Hierbei ist nicht (nur) das Thema „Internet und Gehörlose“ gemeint, sondern das ganze breite Spektrum der Gehörlosigkeit.

<sup>91</sup> Mit Ausnahme der Woche vom 14. April bis 21. April 2002, in der der Fragebogen aufgrund technischer Fehler nicht zugänglich war.

<sup>92</sup> Siehe Fragebogen im Anhang.

befragte Personengruppe wurde also von vornherein genau definiert und dadurch auch stark eingegrenzt.

Anzumerken ist, daß dies nie hundertprozentig bestätigt werden kann, denn es ist bei Online-Umfragen im Endeffekt nicht kontrollierbar, welche Personen den Fragebogen ausfüllen. D.h. Personen, die falsche Angaben machen bzw. nicht die richtigen Voraussetzungen mitbringen (bsp. Personen, die nicht gehörlos sind) kann es immer geben. Kontrolliert man allerdings die Ergebnisse, fällt zumeist auf, welche diese Personen sind. Dieser Tatsache wurde bei der Auswertung Rechnung getragen.

Bei der Online-Befragung war die Grundgesamtheit, d.h. die Zahl der gehörlosen Internet-Nutzer, unbekannt – Repräsentativität kann also kaum erzielt werden<sup>93</sup>. Der Bekanntheits- sowie Nutzungsgrad des Internet unter den Gehörlosen ist schwer festzustellen, da über das Internet auch nur die erreicht werden, die im Internet surfen. Statistische Angaben über die gehörlose Internet-Nutzerschaft, d.h. die Zahl der Gehörlosen im Netz wurden bisher nicht erhoben.<sup>94</sup> Um sich eine ungefähre Vorstellung von dieser Grundgesamtheit zu machen, sei gesagt, daß in Österreich etwa 10.000 – 12.000 Gehörlose<sup>95</sup> leben und in Deutschland noch

---

<sup>93</sup> Klotz (1998, S. 75f.) merkt hierzu in seiner Umfrage von 1997, die sich mit Gehörlosen in Berlin und Brandenburg beschäftigt, an: "Um z.B. beträchtliche Differenzen zwischen zwei Personengruppen nachzuweisen, genügen bereits kleine Stichproben. Je geringfügiger aber die Unterschiede sind, desto größer muß die Stichprobe sein, um eine statistisch gesicherte Signifikanz der Unterschiede nachweisen zu können. Als pragmatische Richtgrößen gelten danach: 2000 Personen für eine repräsentative Stichprobe einer heterogenen Bevölkerung, 1000 Personen für eine repräsentative Stichprobe mit spezifischer Fragestellung, 500 Personen für Stichproben, die aus homogenen Grundgesamtheiten stammen, z.B. Berufsgruppen sowie 100 bis 200 Personen für repräsentative Stichproben von sehr spezifischen Grundgesamtheiten, z.B. Bibliotheksbenutzer. (...) Angesichts der starken Ausprägung einer Variablen (Gehörlosigkeitsstatus) mit gravierenden Konsequenzen für den zu untersuchenden Bereich (Mediennutzung in einer laut- und schriftsprachbasierten Kommunikationsumwelt) ist m.E. bei einer geringen Fallzahl eine Anzahl brauchbarer Daten hervorgebracht worden. Fallgruppen konnten gebildet werden."

<sup>94</sup> Bei ausführlicher Recherche im WWW konnten keine statistischen Angaben gefunden werden. Brigitta Mikulasek, geschäftsführende Sekretärin des WITAF, bestätigte, daß bisher noch keine Statistik erhoben wurde.

<sup>95</sup> Diese Angaben wurden von Brigitta Mikulasek, geschäftsführende Sekretärin des WITAF, bestätigt.

einmal 80.000<sup>96</sup>. Für Gehörlose ist die Nutzung des Internets zwar mittlerweile auch zur Selbstverständlichkeit geworden, trotz allem werden die statistischen Zahlen bzgl. der Internetnutzung denen der hörenden Internet-User ähneln.<sup>97</sup> „Es werden natürlich immer mehr, bei den Jungen sind's fast alle, bei den mittelalterlichen sehr viele, bei den älteren wenige.“<sup>98</sup>

Die Stichprobengröße umfaßt bei dieser Umfrage 99 gehörlose Internet-Benutzer, 52 Frauen und 47 Männer, die den Fragebogen ausgefüllt haben.<sup>99</sup> Hiervon haben 79 Umfrageteilnehmer die Fragen komplett beantwortet, die anderen 20 Personen stiegen zwischen Frage 9 und 22 aus, wurden allerdings immer noch in die Bewertung mit einbezogen.

Alle Fragebögen waren anonym, dem Datenschutz wurde Rechnung getragen.

#### 4.3.2. Datenauswertung

Die Datenauswertung wurde durch das angewendete Online-Tool vereinfacht, da dieses bereits den größten Teil der Auswertung automatisch vornahm. Des weiteren konnten mit Hilfe des Online-Tools die vorhandenen Daten zur weiteren Bearbeitung in das statistische Analyseprogramm SPSS importiert werden.<sup>100</sup>

---

<sup>96</sup> Persönliche Mitteilung via Email vom 11.05.02 von Bernd Rehling, Taubenschlag.

<sup>97</sup> In Österreich gibt es derzeit 3.550.000 User, das entspricht 53 Prozent der Personen ab 14 Jahren. In Deutschland sind es 46 Prozent (31.900.000) der über 14-jährigen, die das Internet nutzen. (Vgl. hierzu AIM 2001, ARD/ZDF-Online-Studie 2001)

<sup>98</sup> Persönliche Mitteilung via Email vom 11.05.02 von Bernd Rehling, Taubenschlag.

<sup>99</sup> Zugriffen haben auf die Umfrage knapp 280 Personen: Von diesen haben ca. 100 die Umfrage nicht begonnen – anzunehmen ist, daß diese Personen hörend bzw. schwerhörig sind. 76 Personen sind bei der ersten Frage ausgestiegen – auch hier könnte teilweise noch der Aspekt sprechen, daß sie nicht gehörlos sind.

<sup>100</sup> Statistik zum Projekt im Anhang.

### 4.3.3. Darstellung der Ergebnisse

In einem ersten Schritt werden die Ergebnisse der empirischen Untersuchung aufbereitet, um ein allgemeines Verständnis über diese zu erlangen. Die Interpretation, Analyse sowie Diskussion der Ergebnisse erfolgt daraufhin in Kapitel 4.4. Zunächst werden als Voraussetzung für die weitere Darstellung der Ergebnisse die statistischen Angaben aufbereitet. In der Folge werden die einzelnen Hypothesen mit den dazugehörigen Fragen präsentiert, d.h. es geht konkret um die Hypothesenprüfung. Teilweise werden hierbei Anmerkungen<sup>101</sup> der Umfrageteilnehmer aus der offenen Frage des Fragebogens angeführt, um ein eindeutigeres Bild über die Ergebnisse zu erhalten. Von den 99 Befragten machten 34 Personen Anmerkungen; von diesen werden 26 in der Umfrage berücksichtigt.

Im Fragebogen wurde u.a. nach dem Wohnort gefragt. Grund dafür war die Tatsache, daß der Fragebogen auf einer österreichischen und einer deutschen Website veröffentlicht wurde. Es kann an dieser Stelle allerdings nicht beantwortet werden, wer den Fragebogen auf welcher Website ausfüllte; dies spielt allerdings keine Rolle, denn schaut man sich die beiden Websites an, sind deren Inhalte einfach an deutschsprachige Gehörlose gerichtet. 50 der befragten Gehörlosen kommen aus Österreich, 46 aus Deutschland, eine Person aus der Schweiz, eine Person aus Polen und von einer Person bleibt der Wohnort unbekannt.

Es soll an dieser Stelle noch einmal darauf hingewiesen werden, daß bei der Befragung keine Repräsentativumfrage zustande gekommen ist, sondern nur

---

<sup>101</sup> Auszug der Anmerkungen im Anhang.

Tendenzen ermittelt wurden. Nichtsdestotrotz wurden einige signifikante Ergebnisse sowie Erkenntnisse erfragt, die sehr wahrscheinlich eine hohe Gültigkeit haben.

### Statistische Angaben zu den Untersuchungsteilnehmern

#### Frage 1: Wie alt sind Sie?

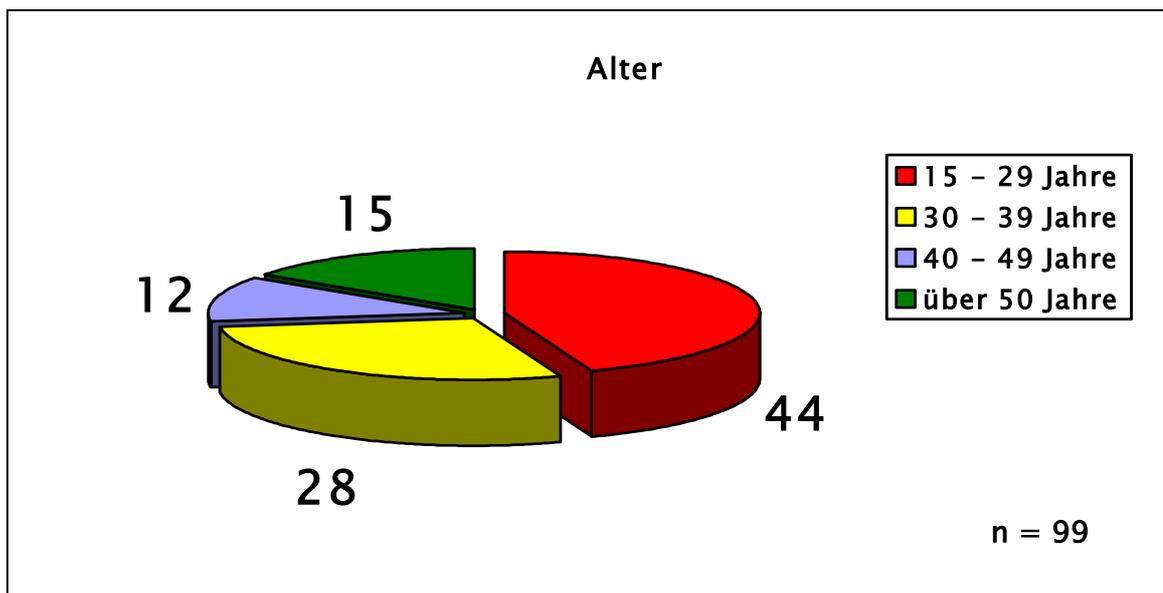


Abbildung 3: Alter der Befragten

Quelle: Eigene Erhebung

Insgesamt wurden 99 Personen befragt, von denen 9 (9,1%) zwischen 14 und 19 Jahre alt sind, die meisten Befragten, nämlich 35 (35,4%), sind zwischen 20 und 29 Jahre und weitere 28 Personen (28,3%) gehören der Altersgruppe 30 bis 39 Jahre an. Die 40 bis 49-Jährigen (12,1%) machen 12 Personen aus, 14 der Befragten (14,1%) sind zwischen 50 und 59 Jahren und eine Person (1%) ist über 60 Jahre alt. Die eindeutige Mehrheit (63,7%) der Befragten ist zwischen 20 und 39 Jahre alt.

Das allgemein gültige Attribut bei der Beschreibung der Klientel des Internets ‚20 bis 30 Jahre alt‘ (vgl. ARD/ZDF-Online-Studie 2001) trifft also bei gehörlosen Menschen genauso zu wie bei Umfragen in der Gesamtpopulation.

**Frage 2: Sind Sie weiblich oder männlich?**

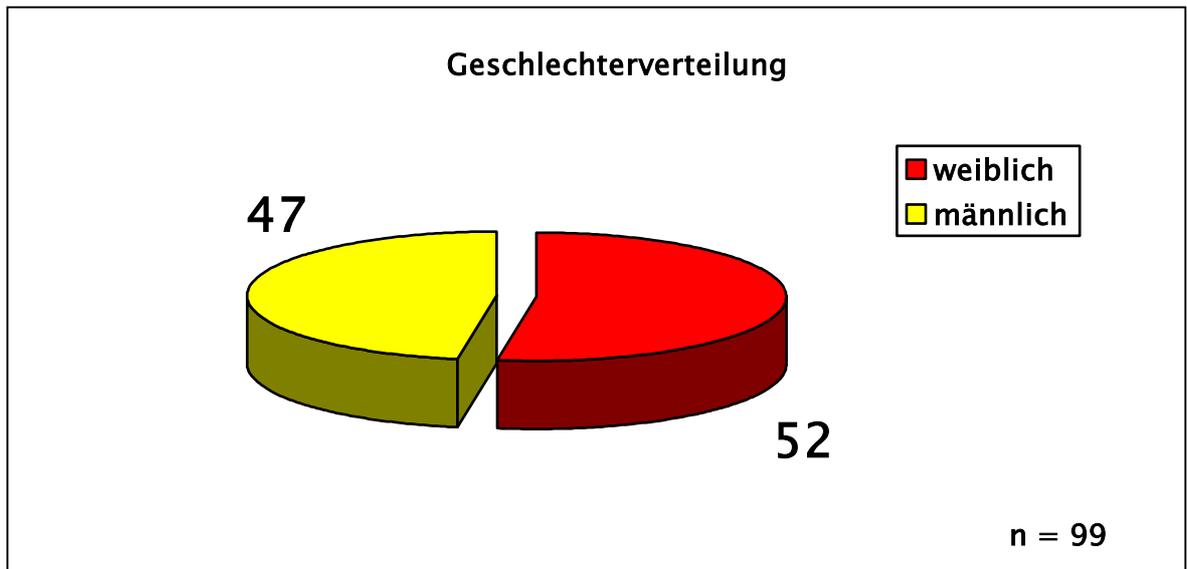


Abbildung 4: Geschlechterverteilung

Quelle: Eigene Erhebung

An der Umfrage beteiligten sich 52 Frauen (52,5%) und 47 Männer (47,5%). In dieser Umfrage ist das Geschlechterverhältnis bei der Internetnutzung Gehörloser somit recht ausgeglichen.

**Frage 3: Auf welcher Schule waren Sie?**

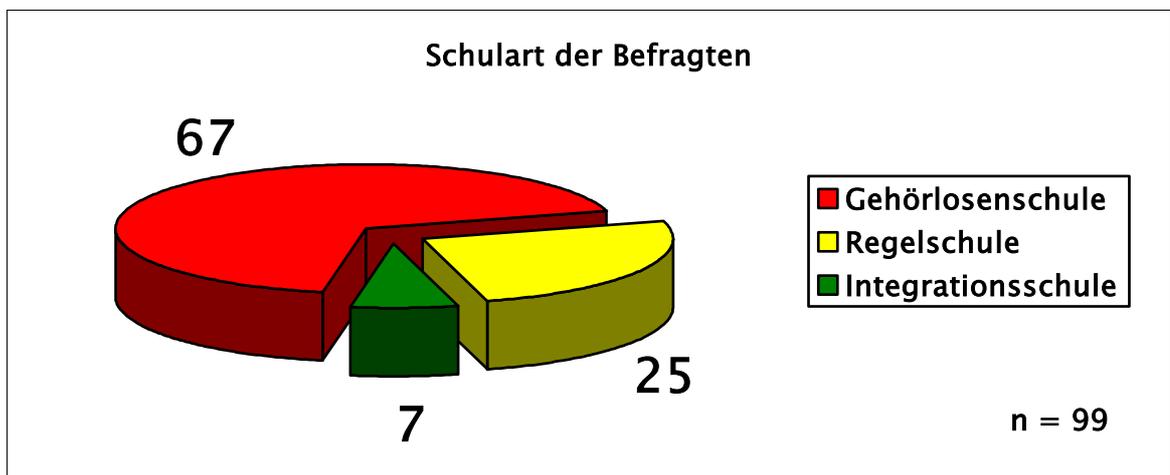


Abbildung 5: Schulart der Befragten  
Quelle: Eigene Erhebung

Mit Abstand haben bzw. besuch(t)en die meisten Umfrageteilnehmer (67, das sind 67,7%) eine Gehörlosenschule. Weitere 25 Gehörlose (25,3%) haben den Besuch einer Regelschule angegeben. Dieser Aspekt könnte insbesondere die Fragen bezüglich der Kommunikation mit Hörenden und die der Integration beeinflussen, da hier schon eine Beziehung zu Hörenden besteht und folglich ein gewisses Maß an Integration besteht. Diesbezüglich ist ebenso festzuhalten, daß Gehörlose, die eine Regelschule besuch(t)en fast ausschließlich Kontakte bzw. Beziehungen mit Hörenden haben können. Nur sieben der Befragten (7%) gehen bzw. waren auf einer Integrationsschule.

**Frage 5: Sprechen Sie Gebärdensprache, Lautsprache oder beides?**

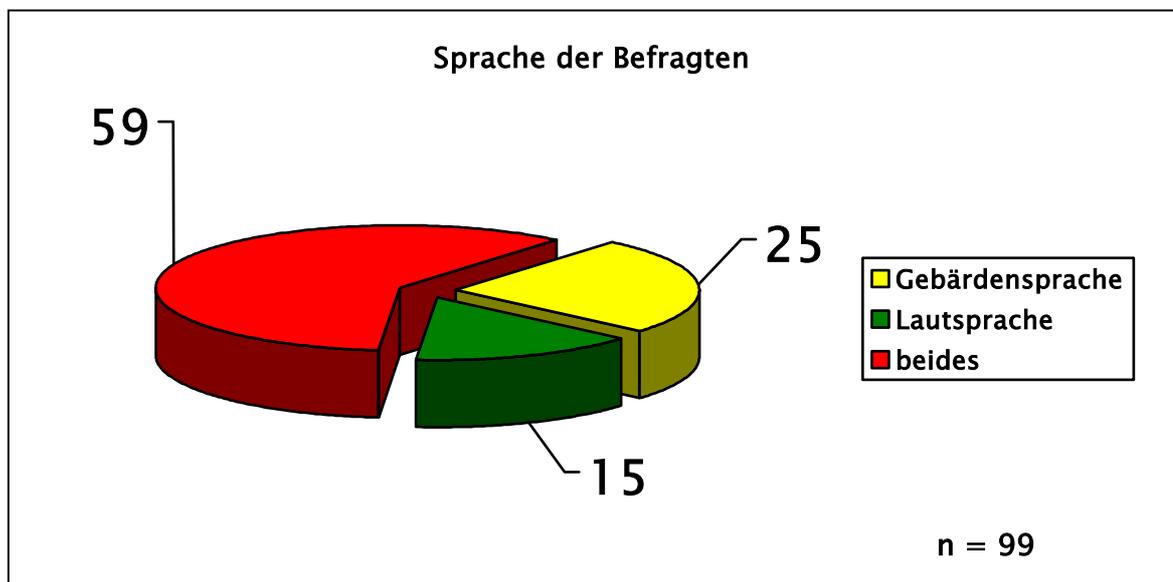


Abbildung 6: Sprache der Befragten  
Quelle: Eigene Erhebung

Die Mehrzahl der Befragten (59, das sind 59,5%) spricht Gebärdensprache und Lautsprache. Es antworteten 15 Personen (15,2%), die nur die Lautsprache sprechen sowie 25 Personen (25,3%), die nur die Gebärdensprache sprechen.

Das fast 60% beide Sprachen sprechen ist nicht ganz verwunderlich, da immerhin circa 33% der befragten Gehörlosen gemeinsam mit Hörenden die Schule besuch(t)en. Diesbezüglich ist – wie im Theorieteil bereits erläutert – anzumerken, daß die meisten gehörlosen Menschen hörende Eltern haben und hier das Erlernen der Lautsprache forciert wird.

Die Frage nach der Sprache wurde deshalb als sehr wichtig eingestuft, da die Sprache in einem engen Zusammenhang mit der Lesekompetenz und folglich mit der Medienkompetenz steht und diesbezüglich auf die Ergebnisse der Umfrage einen gewissen Einfluß nimmt. Grundsätzlich muß davon ausgegangen werden, daß nur sehr, sehr wenige Hörende – man könnte schon fast von einer verschwindenden Menge sprechen – die Gebärdensprache kann. D.h. die Integration von Gehörlosen und Hörenden vollzieht sich hauptsächlich über die Lautsprache; denn diese ist das gemeinsame Kommunikationsmittel und wie bereits im Theorieteil ausführlich diskutiert, wird eine Integration in die Gesellschaft nicht ohne Kommunikation geschehen können. Gebärdensprachsprechende Gehörlose sind bei der Kommunikation mit Hörenden davon abhängig, daß letztere die Gebärdensprache beherrschen.

Allgemeine Angaben zur Internetnutzung

Frage 6: Seit wann haben sie denn Zugang zum Internet? (n = 99)

<u>Angaben in Jahren</u>	<u>Personen</u>	<u>Prozent</u>
Seit weniger als einem Jahr	4	4,0%
Seit 1 Jahr	18	18,2%
Seit 2 Jahren	8	8,1%
Seit 3 Jahren	19	19,2%
Seit 4 Jahren	13	13,1%
Seit 5 Jahren	20	20,2%
Seit 6 Jahren	6	6,1%
Seit 7 Jahren	5	5,1%
Seit 8 Jahren	1	1,0%
Seit 9 Jahren	1	1,0%
Seit 10 Jahren	2	2,0%
Keine Angaben	2	2,0%

Tabelle 1: Internetzugang in Jahren

Quelle: Eigene Erhebung

Die Mehrheit der gehörlosen Internet-Nutzer (82) ist in den letzten fünf Jahren online gegangen. Ein erheblicher Teil (52) dieser Befragten hat das Internet für sich vor drei bis fünf Jahren (zwischen 1997 und 1999) entdeckt, also in der Zeit, in der das Internet seinen Siegeszug im kommerziellen und hier besonders im privaten Bereich begonnen hat. Insgesamt nutzen nur vier der Befragten das Internet seit weniger als einem Jahr, d.h., die meisten sind schon *erfahrene* User – dies zeigt auch die folgende Statistik.

## Frage 7: Wie oft nutzen Sie das Internet?

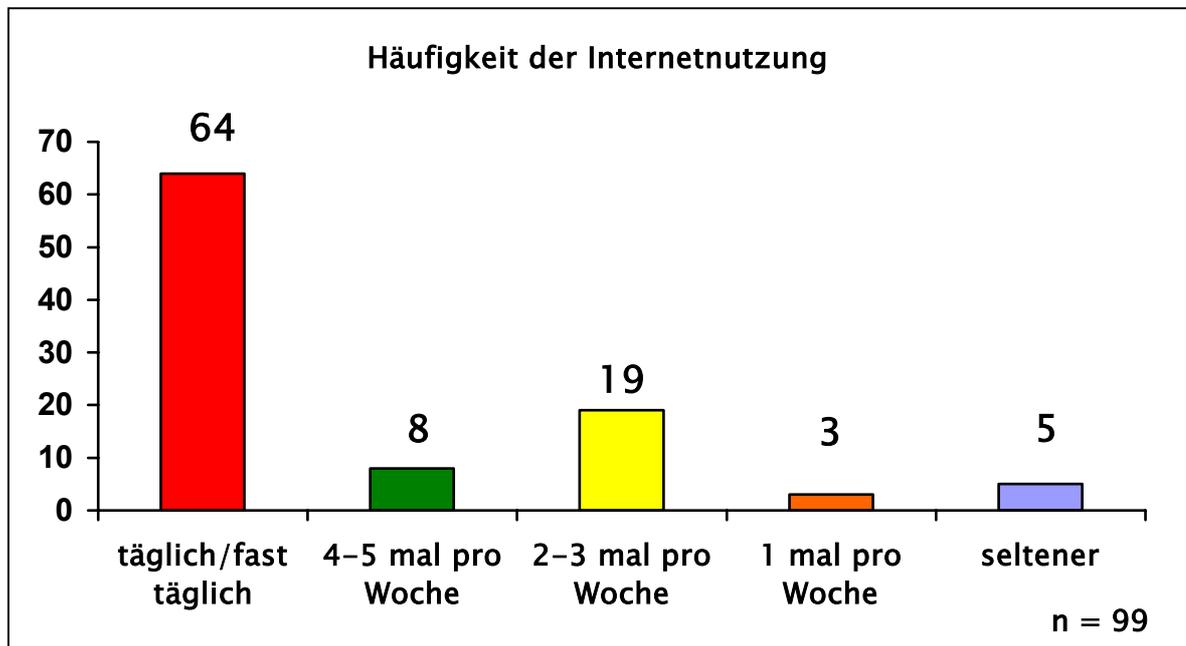


Abbildung 7: Häufigkeit der Internetnutzung

Quelle: Eigene Erhebung

In bezug auf die Häufigkeit der Internet-Nutzung dominieren eindeutig die täglichen bzw. fast täglichen User (64, das sind 64,6%), gefolgt von 19 Personen (19,2%), die zwei bis drei mal die Woche online sind. Acht Personen (8,1%) nutzen das Internet vier bis fünf mal pro Woche, drei der Befragten (3%) gaben an, ein mal pro Woche online zu sein und fünf Personen (5,1%) sind seltener als wöchentlich im Internet. So schrieb einer der jüngeren Befragungsteilnehmer: „Für Gehörlose ist das Internet super, besonders wegen dem Chat, aber auch surfen und downloads. Meine Mutter schimpft, weil ich mehr Zeit für Internet verbringe, als für die Schule. Trotzdem, ich bin jeden Tag am Computer und im Internet.“<sup>102</sup> Die positive Tendenz in der Häufigkeit der Nutzung zeigt auch die Popularität des Internet unter den Gehörlosen.

---

<sup>102</sup> Fragebogennummer 94 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

Die Häufigkeit der Nutzung läßt erste Schlußfolgerungen auf den Stellenwert des Internet im Leben der Gehörlosen zu: knapp 73% der Befragten ist täglich oder zumindest jeden zweiten Tag online; daraus ist zu schließen, daß das Internet wohl sehr stark für aktuelle Informationen genutzt wird.

**Frage 8: Nutzen Sie das Internet privat, beruflich oder beides?**

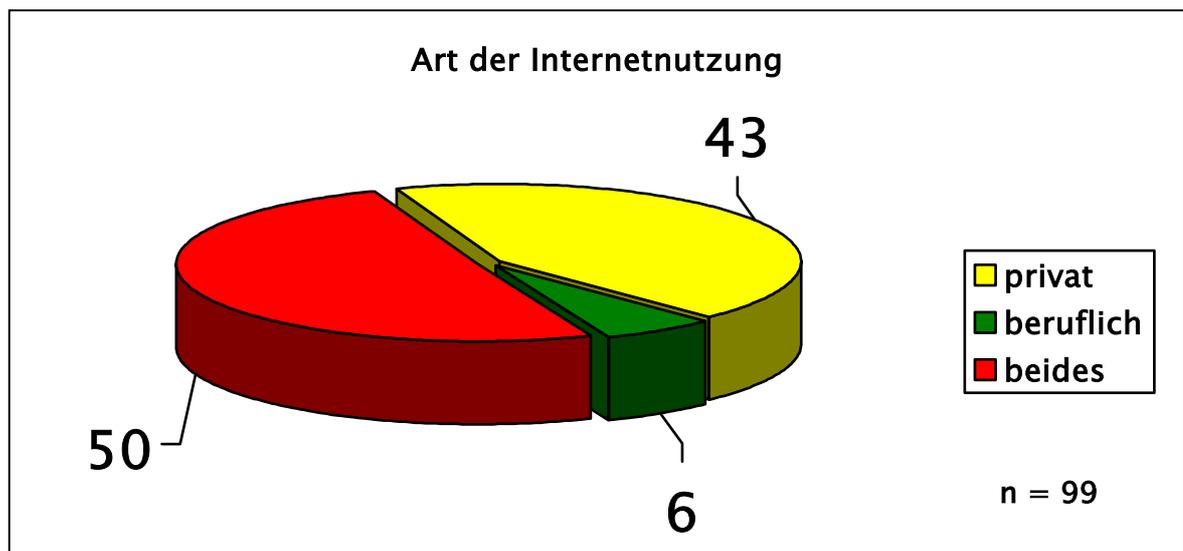


Abbildung 8: Art der Internetnutzung

Quelle: Eigene Erhebung

Mit 50,5% (50) sind diejenigen vertreten, die das Internet für private wie berufliche (bzw. schulische) Zwecke nutzen. Fast ebenso viele befragte Gehörlose, nämlich 43,3% (43), gaben an, das Internet nur privat in Anspruch zu nehmen. Ausschließlich beruflich nutzen das Internet nur mehr 6,1% (6) der Gehörlosen.

**Frage 14: Welche Dienste im Internet nutzen sie?**

Mehrfachnennungen waren möglich. (n = 80; 228 Antworten erhalten)

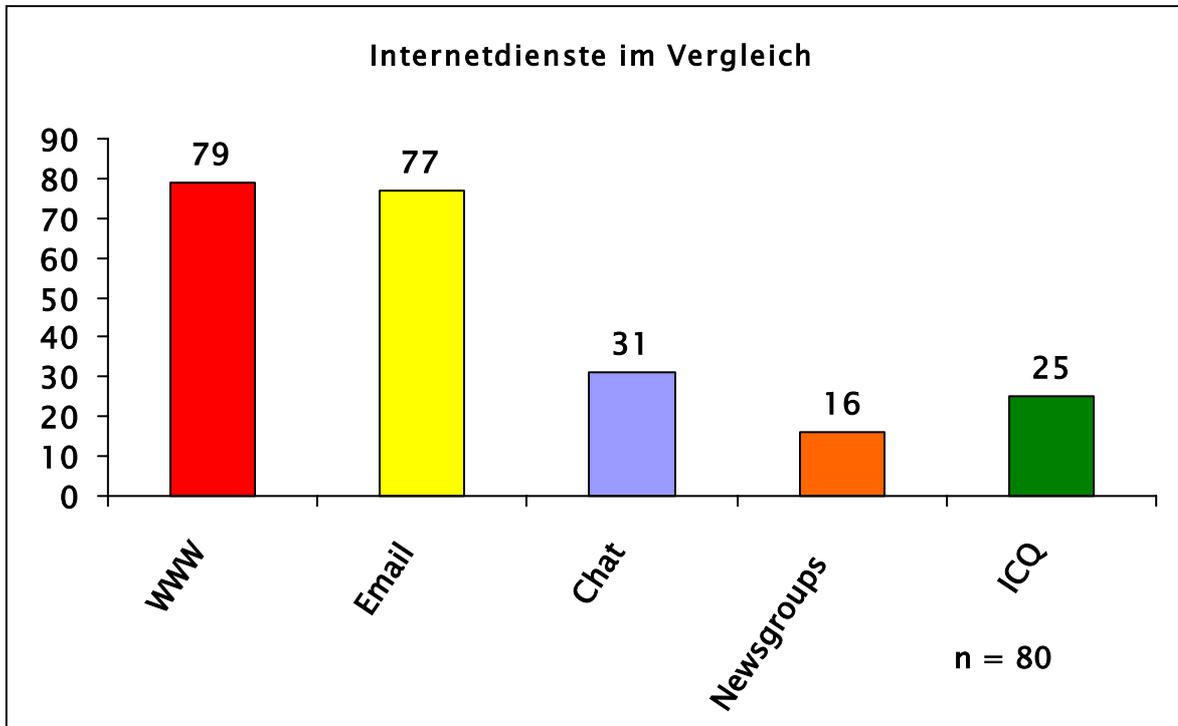


Abbildung 9: Internetdienste im Vergleich

Quelle: Eigene Erhebung

Die Untersuchungsergebnisse bestätigen die bereits im Theorieteil dargestellten Fakten: WWW und Email sind mit Abstand die beiden populärsten Internetdienste. Bis auf einen der Befragten gaben alle Umfrageteilnehmer (98,8%) an, das WWW zu nutzen und 96,3% (77) verwenden den Email-Dienst. 38,8% (31) chatten und 31,2% (25) kommunizieren über ICQ. Newsgroups scheinen unter den Gehörlosen weniger frequentiert zu werden, da nur 20% (16) der Befragten diesen Dienst auswählten.

### Hypothesenbetrachtung

Die Hypothesen und Annahmen sollen die eingangs gestellte Fragestellung: **"Fördert das Internet die (soziale) Integration der Gehörlosen in die Gesellschaft?"** abdecken bzw. beantworten, immer unter der Perspektive, inwieweit das Internet ein Informations- und Kommunikationsmedium für Gehörlose ist.

Wenn erforderlich – um Mißverständnisse oder Unklarheiten zu beseitigen – wird in den folgenden Darstellungen bereits auf die theoretischen Erkenntnisse zurückgegriffen. Die Anmerkungen der Befragten werden zur Vertiefung sowie Unterstützung der Hypothesen angeführt.

#### • **Zu Hypothese 1**

Gehörlose sind der Meinung, daß sie die Medien im Vergleich zu Hörenden schlechter nutzen können.

- Das Medienangebot für Gehörlose ist zu gering.
- Das Informations- und (Unterhaltungs)angebot durch Tageszeitungen ist für Gehörlose nicht so ausreichend wie für Hörende.
- Das Informations- und (Unterhaltungs)angebot durch das Fernsehen ist für Gehörlose nicht so befriedigend wie für Hörende.

Frage 9: Das Medienangebot für Gehörlose ist zu gering? (n = 98)

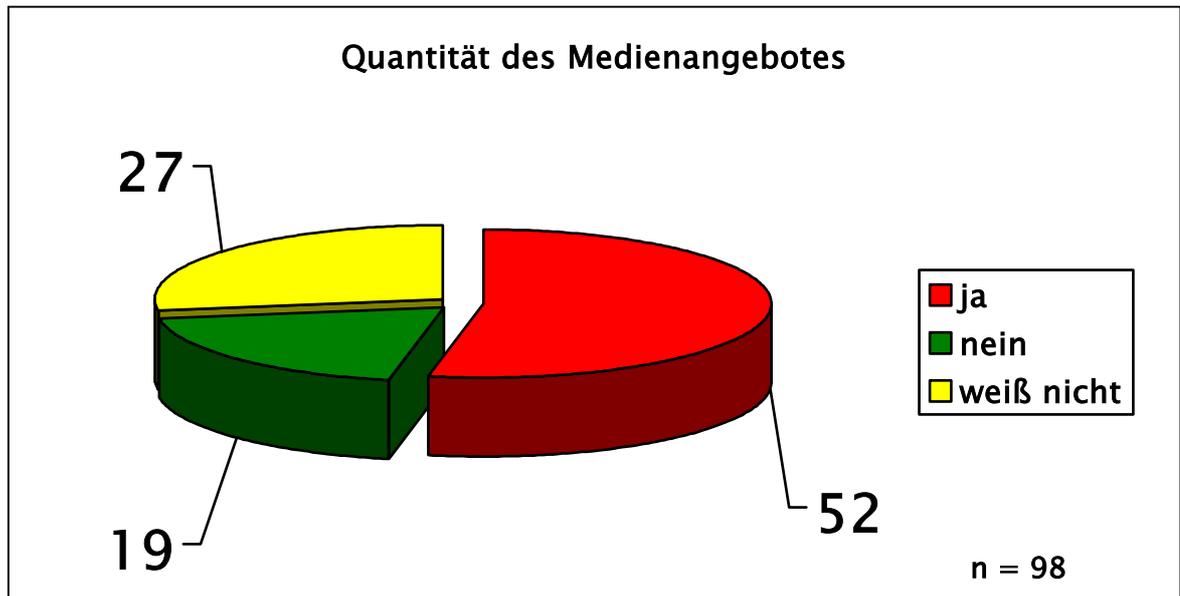


Abbildung 10: Quantität des Medienangebotes

Quelle: Eigene Erhebung

Eindeutig die meisten Nennungen, 52 (53,1%) erhielt die Aussage, daß *das Medienangebot für Gehörlose zu gering ist*. 19 (19,4%) der Befragten scheinen mit dem Medienangebot zufrieden zu sein, da sie mit ‚nein‘ antworteten und 27 (27,5%) Gehörlose kreuzten ‚weiß nicht‘ an.

Das Ergebnis unterstützt die Hypothese insofern, als daß die Mehrheit der Meinung ist, erst gar nicht die Möglichkeit eines ausreichenden Zugangs zum Medienangebot zu haben.

Frage 10: Wie sehr stimmen sie diesen Aussagen zu:

- a) Wenn ich mich als Gehörloser informieren will, dann kann ich das *besser*, *genauso gut*, *schlechter* in den Tageszeitungen als Hörende. (n = 94)

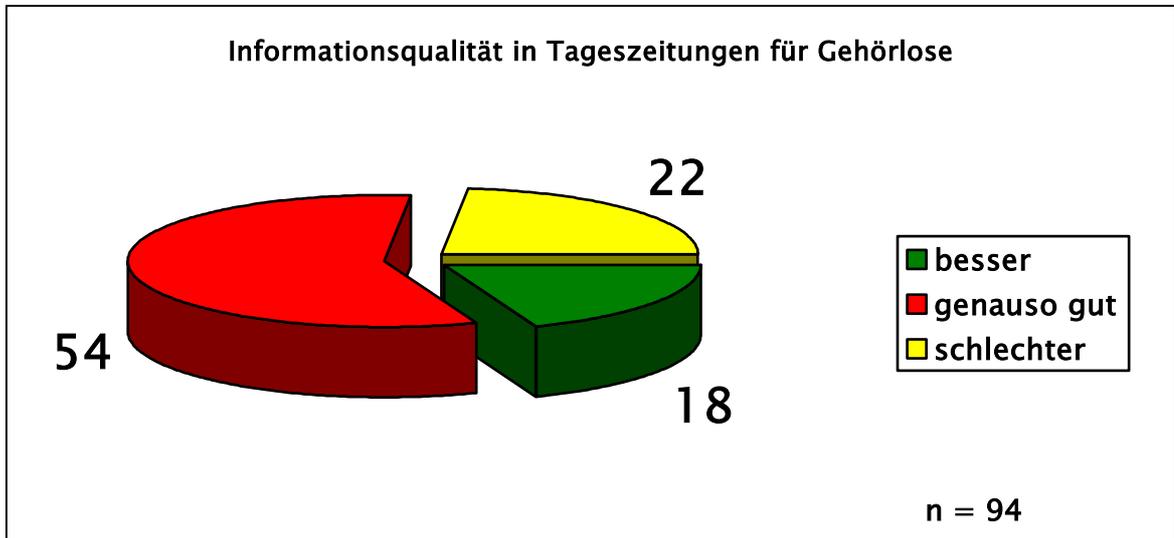


Abbildung 11: Informationsqualität in Tageszeitungen für die Befragten  
Quelle: Eigene Erhebung

Von den Befragten wurde 54 mal (57,5%) genannt, sich ‚genauso gut‘ durch die Tageszeitung informieren zu können wie hörende Menschen. Die zweite Hälfte der Befragten teilt sich etwa gleich stark auf: 22 Personen (23,4%) sind der Meinung, die Tageszeitung nicht so effizient nutzen zu können wie Hörende und 18 Befragte (19,1%) finden, sie können sich sogar ‚besser‘ als Hörende durch die Tageszeitung informieren.

Die Annahme, daß *das Informations- und (Unterhaltungs)angebot durch Tageszeitungen für Gehörlose nicht so ausreichend wie für Hörende ist*, kann

demnach nicht bestätigt werden. Die Tageszeitung muß wohl eher als ‚gleichwertiges‘ Medium für Hörende und Gehörlose angesehen werden.<sup>103</sup>

Positiv wirkt sich dieses Ergebnis auf die *Internetkompetenz* aus, denn wenn die Mehrheit der Gehörlosen keine Probleme beim Lesen von Tageszeitungen hat, wird es wohl für diese Personen beim Lesen von Websites auch zu keinen Problemen kommen.

b) Wenn ich mich als Gehörloser informieren will, dann kann ich das *besser, genauso gut, schlechter* im Fernsehen als Hörende. (n = 94)

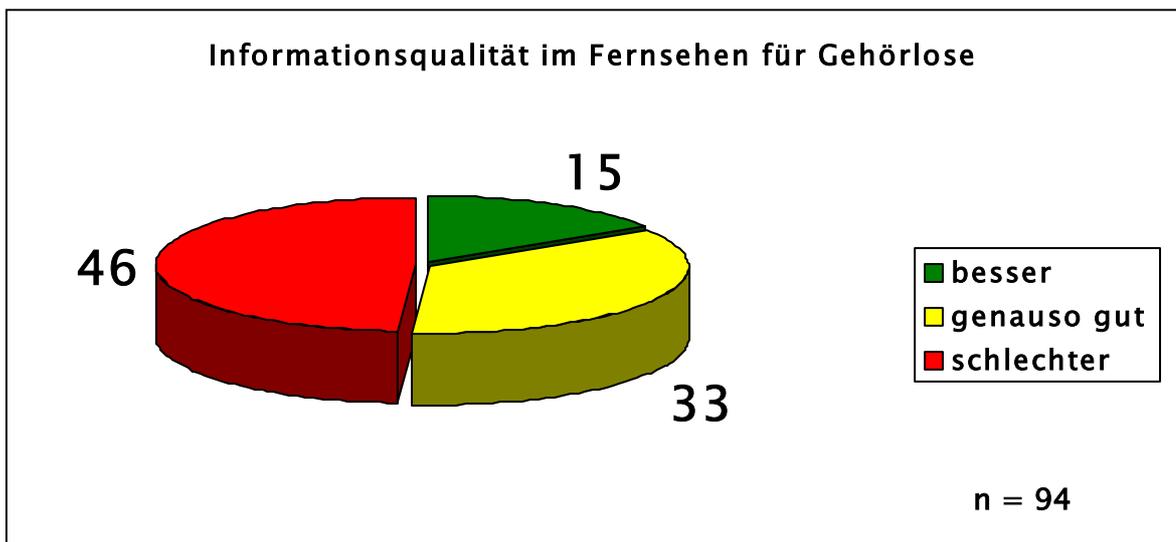


Abbildung 12: Informationsqualität im Fernsehen für die Befragten  
Quelle: Eigene Erhebung

Die Mehrheit der Befragten, 46 (48,9%), gab an, sich ‚schlechter‘ im Fernsehen informieren zu können, als Hörende dies tun können. Aufgrund der theoretischen Erkenntnisse war diese Antwort zu erwarten, denn Fernsehen kann von Gehörlosen nur visuell wahrgenommen werden, d.h., daß was das Fernsehen ausmacht, nämlich das audiovisuelle Zusammenspiel, kann von gehörlosen

<sup>103</sup> Zu bedenken ist bei diesem Aspekt, daß bei den meisten Umfrageteilnehmern davon ausgegangen werden

Menschen überhaupt nicht wahrgenommen werden. Die Annahme, daß *das Informations- und (Unterhaltungs)angebot durch das Fernsehen für Gehörlose nicht so befriedigend wie für Hörende ist*, kann bestätigt werden. Ein Drittel der Befragten, 33 (35,1%), findet, sie können sich ‚genauso gut‘ wie Hörende durch das Fernsehen informieren. Immerhin noch 15 Personen (16%) sind sogar der Meinung, sich ‚besser‘ als Hörende durch das Fernsehen informieren zu können. Dieses Ergebnis ist etwas überraschend, denn erwartet wurde eine weitaus geringere Anzahl an Personen, die letzterer Auffassung sind – die Gründe hierfür bleiben leider ungeklärt.

**Frage 12: Welches Medium ist für Sie am wichtigsten? (n = 82)**

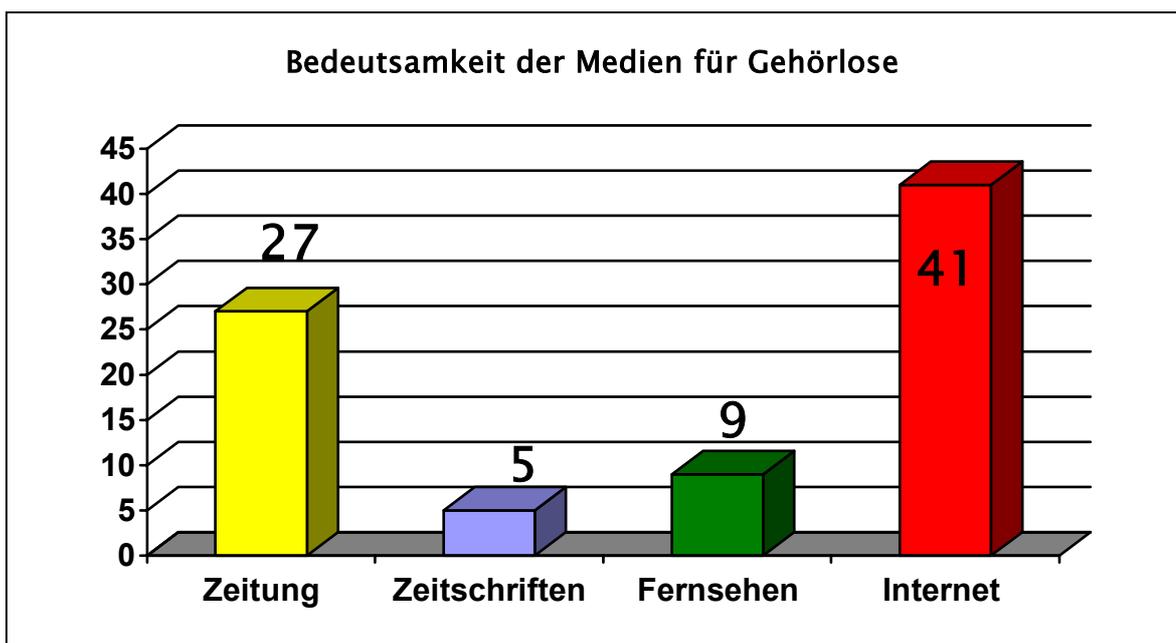


Abbildung 13: Bedeutsamkeit der Medien für die Befragten

Quelle: Eigene Erhebung

Ein erheblicher Teil der gehörlosen Befragten, 41 (50%), gab an, das Internet ist das wichtigste Medium für gehörlose Medienrezipienten. An zweiter Stelle folgt

---

kann, daß sie über gute Schriftsprachkompetenzen verfügen.

die Zeitung mit 27 Nennungen (32,9%). Das Fernsehen sahen nur mehr 9 der befragten Personen (11%) als das wichtigste Medium an und weitere 5 Gehörlose (6,1%) halten Zeitschriften für das wichtigste Medium.

Das Untersuchungsergebnis birgt große Überraschungen: Zwar wurde angenommen, daß der Großteil der Befragten – wenn nicht sogar die meisten – das Internet als das wichtigste Medium angibt, doch war aufgrund der theoretischen Erkenntnisse zu erwarten, daß es hier zu sehr ähnlichen Werten zwischen dem Internet und dem Fernsehen kommt. Rekapitulieren wir die bisherigen Kenntnisse, so hieß es immer über das Fernsehen es sei „das wichtigste Medium für die Gehörlosen“. (Infolge des wie oben beschriebenen visuell geprägten Denkens etc.) Die diesbezüglichen Ausführungen stammen zumeist aus der Zeit vor dem Internet bzw. als die kommerzielle Anwendung des Internet erst langsam anfing, was ein Grund für das zwiespältige Verhältnis von Theorie und Empirie sein kann. Doch auch heute wird diese Aussage noch häufig getroffen, wahrscheinlich, weil prozentual gesehen mehr Gehörlose einen Fernseher haben als einen Internetanschluß. Auf der anderen Seite wurden die großen Vorteile des Internet aufgezeigt und bereits theoretisch war zu erkennen, welche großen Nutzen die Gehörlosen aus dem Internet ziehen können sowie zu welcher enormen Erhöhung der Lebensqualität es durch das Internet kommt.

Mit anderen Worten: im Laufe der letzten Jahre hat sich hier ein Wandel vollzogen und es sollte heute eher heißen, „das Internet ist das wichtigste *Medium* für die Gehörlosen“. Trotz allem hatte ich bei dieser Frage ein ähnliches Ergebnis zwischen TV und Internet erwartet und nicht eine solch große Differenz (über 20%).

Im vorliegenden Zusammenhang läßt sich jedenfalls sagen, daß die Hypothese *Gehörlose sind der Meinung, daß sie die Medien im Vergleich zu Hörenden schlechter nutzen können*, zwiespältig ist.

Hier muß zunächst zwischen den Massenmedien eine Unterscheidung getroffen werden: Aufgrund der theoretischen Erkenntnisse ist bekannt, daß Gehörlose wegen des fehlenden Hörsinns vom Radio hören ausgeschlossen sind und die Annahme *das Informations- und (Unterhaltungs)angebot durch das Fernsehen ist für Gehörlose nicht so befriedigend wie für Hörende* konnte bestätigt werden. Indes ist infolge der Datenlage eindeutig, daß die meisten Gehörlosen (57,5%) die Meinung vertreten, sich am Informations- und (Unterhaltungs)angebot durch Tageszeitungen genauso gut beteiligen zu können wie Hörende. Das Internet birgt ebenso keine Zugangsschranken. Im Theorieteil wurde hinlänglich aufgezeigt, daß das Internet mit seinen Einzelmedien ein ‚gleichwertiges‘ Medium für Gehörlose und Hörende ist. Dies wird von der Tatsache unterstützt, daß die Hälfte der Befragten das Internet als das wichtigste Medium für gehörlose Menschen sieht. D.h. Gehörlose sind der Meinung, bestimmte Medien schlechter nutzen zu können als Hörende, aber nicht alle Massenmedien.

Die erfragten Daten bezüglich der Frage, ob das *Medienangebot für Gehörlose zu gering ist*, unterstützen wiederum die Hypothese. Von den befragten Gehörlosen stimmten hier 53,1% mit ‚ja‘. Hier bleibt zu sagen, wenn ein geringeres Medienangebot zur Verfügung bzw. Nutzung steht, können die Massenmedien im Endeffekt auch nur schlechter genutzt werden als dies die anderen – in diesem Fall die Hörenden – können.

Aus dem Ergebnis läßt sich folgende Konklusion ziehen: Wenn die traditionellen Medien in Betracht gezogen werden, dominiert der Umstand, daß die Medien für

---

gehörlose Menschen schlechter nutzbar sind als für hörende Menschen. Das Internet aber trägt in ungeahntem Maße dazu bei, (diese) Defizite zu kompensieren und zu minimieren. So öffnet das Internet beispielsweise neue Informations- und Unterhaltungsquellen. Es bereitet den Weg zu einer äquivalenteren Nutzung der Medien von Hörenden und Gehörlosen vor.

- **Zu Hypothese 2**

Gehörlose können sich über das Internet über verschiedene Themen informieren.

Gehörlose können sich über das Internet über Ereignisse/Neuigkeiten/das Geschehen in ihrer unmittelbaren Nähe informieren.

**Frage 15: Wozu nutzen Sie Informationen aus dem Internet?**

Mehrfachnennungen waren möglich. (n=80; 366 Antworten erhalten)

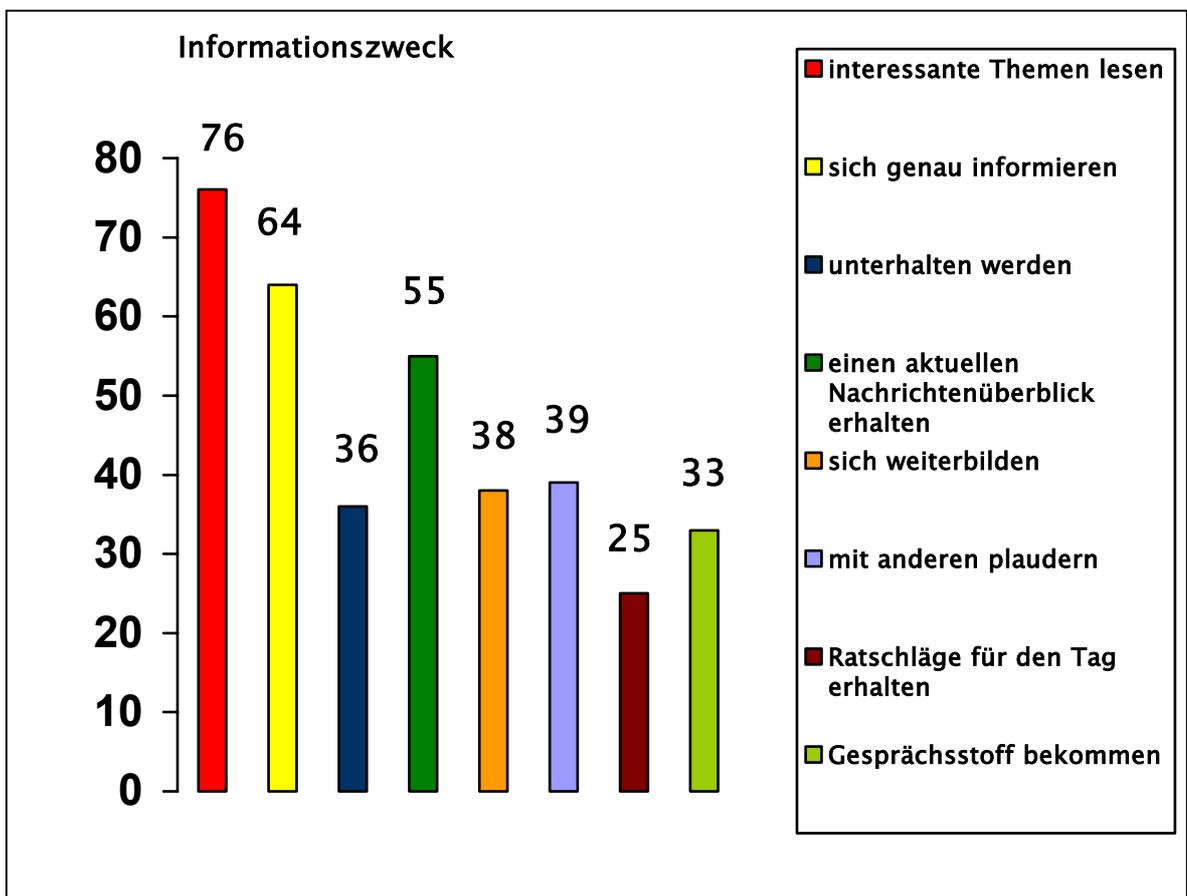


Abbildung 14: Informationszweck

Quelle: Eigene Erhebung

Bei dieser Frage antworteten 95% (76) Gehörlose, sie nutzen die Informationen aus dem Internet, ‚um interessante Themen zu lesen‘. Weitere 80% (66) der Befragten kreuzten die Antwort, ‚um sich genau zu informieren‘ an. ‚Einen

aktuellen Nachrichtenüberblick zu erhalten‘ nannten 68,8% (55) den Grund wofür sie Informationen aus dem Internet nutzen und ‚Ratschläge für den Tag erhalten‘ gaben 31,2% (25) der gehörlosen Befragten an. Diese Aussagen fallen unter den Aspekt sich über verschiedene Themen zu informieren und erhalten großen Zuspruch bei den Befragten. Aufgrund der Datenlage kann gesagt werden, daß sich *Gehörlose über das Internet über verschiedene Themen informieren können*. Denn wie es einer der befragten Gehörlosen formuliert: *„Das Internet bringt den Gehörlosen viel mehr Informationen, die sie wissen möchten oder brauchen, vor allem können sie sich selbst ohne Mühe Infos holen“<sup>104</sup>*.

**Frage 13: Ich nutze das Internet, weil ich.....**

(n = 80)

Ich nutze das Internet,	trifft voll & ganz zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft ganz & gar nicht zu
weil ich über wichtige Dinge sofort informiert werde	<b>60,0%</b> <b>(48)</b>	31,2% (25)	6,2% (5)	2,5% (2)
weil ich neue Dinge erfahre	<b>58,8%</b> <b>(47)</b>	36,2% (29)	3,8% (3)	1,2% (1)
weil ich mehr über andere Menschen erfahre	34,2% (27)	<b>39,2%</b> <b>(31)</b>	21,5% (17)	5,1% (4)
weil ich dann besser mitreden kann	29,5% (23)	<b>38,5%</b> <b>(30)</b>	24,4% (19)	7,7% (6)
weil ich erfahre, was in meiner näheren Umgebung passiert	26,0% (20)	<b>39,0%</b> <b>(30)</b>	28,5% (22)	6,5% (5)

<sup>104</sup> Fragebogennummer 205 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

Tabelle 2: Gründe der Internetnutzung

Quelle: Eigene Erhebung

Das Internet bietet gute Chancen für Gehörlose sich über verschiedene Themen zu informieren. 60% (48) nutzen das Internet in erster Linie, um sich ‚über wichtige Dinge sofort zu informieren‘ und fast genauso viele 58,8% (47) stimmen der Aussage ‚weil ich neue Dinge erfahre‘ voll und ganz zu.

Das Internet wird also primär benutzt, um sich zu informieren. Hierbei spielen vor allem neue und somit aktuelle Informationen eine Rolle und ‚wichtige Dinge‘. Letzteres bezieht sich u.a. auf die in der Gesellschaft gerade vorherrschenden Themen.

(Die folgende Graphik stellt die Ergebnisse aus Frage 13 noch einmal übersichtlicher dar.)

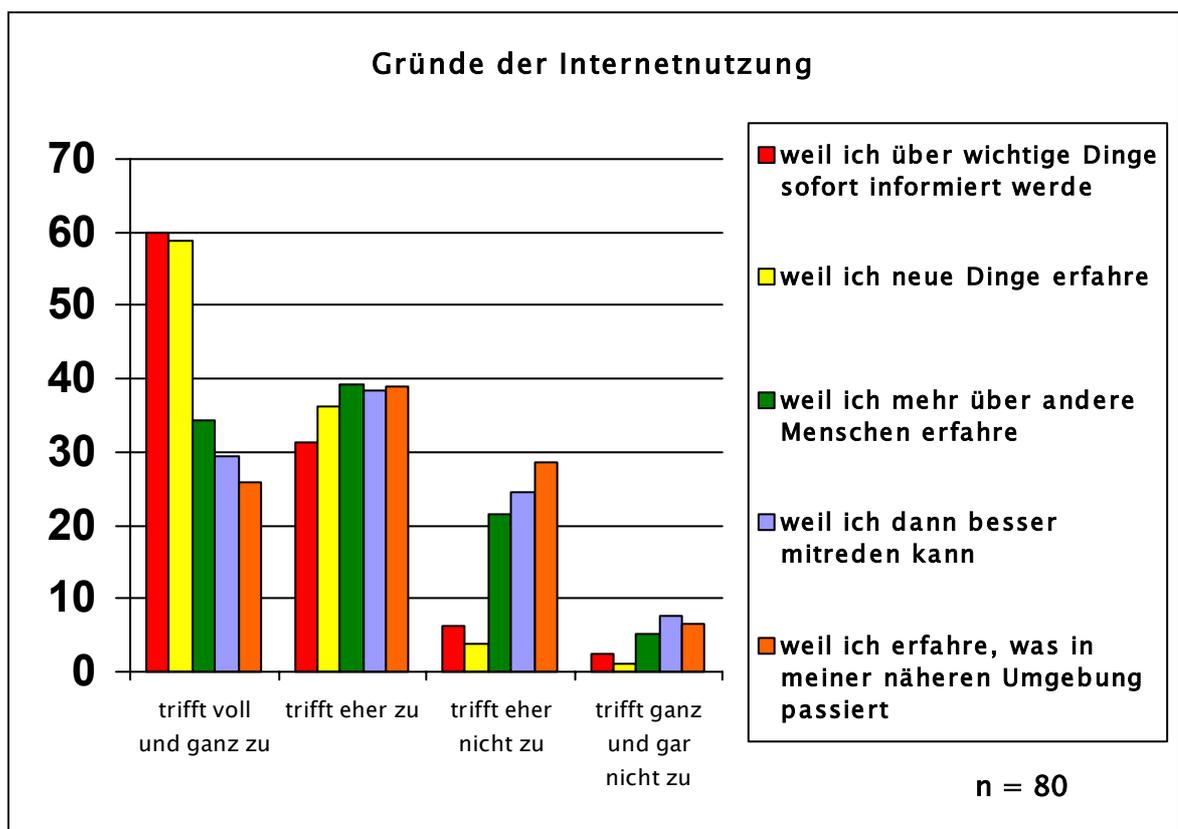


Abbildung 15: Gründe der Internetnutzung

Quelle: Eigene Erhebung

Frage 11 sollte analysieren, wie wichtig nun die einzelnen Kategorien bzw. Themenquellen den Befragten für Informationen bzw. für ihr Informationsverhalten sind. Hier geht es explizit darum, den Stellenwert dieser Informationen aus dem Internet mit dem der Informationen aus dem Fernsehen, der Zeitung und dem Bereich ‚Gespräche mit Freunden‘ zu vergleichen – denn in dieser Arbeit geht es primär darum, wie Informationen aus dem Internet betrachtet werden.

### Frage 11:

#### a) Wie wichtig sind Ihnen im Internet folgende Quellen für Informationen? (n=87)

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	Unwichtig
Politik	26,2% (22)	29,8% (25)	31,0% (26)	13,1% (11)
Wirtschaft	16,9% (14)	<b>33,7%</b> <b>(28)</b>	31,3% (26)	18,1% (15)
Sport	21,4% (18)	23,8% (20)	28,6% (24)	26,2% (22)
Kultur	<b>39,8%</b> <b>(33)</b>	27,7% (23)	21,7% (18)	10,8% (9)
Wiss. & Technik	<b>37,3%</b> <b>(31)</b>	<b>37,3%</b> <b>(31)</b>	16,9% (14)	8,4% (7)
Gesundheit	32,5% (27)	<b>43,4%</b> <b>(36)</b>	20,5% (17)	3,6% (3)
Lokales	21,4% (18)	<b>48,8%</b> <b>(41)</b>	21,4% (18)	8,3% (7)
Medien	32,9% (28)	<b>38,8%</b> <b>(33)</b>	17,6% (15)	10,6% (9)
Termine	<b>34,1%</b>	<b>34,1%</b>	23,5%	8,2%

	(29)	(29)	(20)	(7)
--	------	------	------	-----

Tabelle 3: Informationsquellen im Internet

Quelle: Eigene Erhebung

### b) Wie wichtig sind Ihnen im Fernsehen folgende Quellen für Informationen?

(n = 87)

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	Unwichtig
Politik	<b>42,2%</b> (35)	32,5% (29)	18,1% (15)	7,2% (6)
Wirtschaft	19,0% (16)	<b>41,7%</b> (35)	27,4% (23)	11,9% (19)
Sport	20,7% (17)	<b>31,7%</b> (26)	26,8% (22)	20,7% (17)
Kultur	<b>36,9%</b> (31)	28,6% (24)	21,4% (18)	13,1% (11)
Wiss. & Technik	33,3% (27)	<b>35,8%</b> (29)	21,0% (17)	9,9% (8)
Gesundheit	29,3% (24)	<b>39,0%</b> (32)	25,6% (21)	6,1% (5)
Lokales	19,0% (16)	<b>42,9%</b> (36)	21,4% (18)	16,7% (14)
Medien	29,4% (25)	<b>41,2%</b> (35)	17,6% (15)	11,8% (10)
Termine	20,5% (17)	20,5% (17)	43,4% (36)	15,7% (13)

Tabelle 4: Informationsquellen im Fernsehen

Quelle: Eigene Erhebung

c) Wie wichtig sind Ihnen bei Gesprächen mit Freunden folgende Quellen für Informationen? (n = 83)

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Politik	24,7% (20)	<b>35,8%</b> <b>(29)</b>	28,4% (23)	11,1% (9)
Wirtschaft	17,5% (14)	<b>33,8%</b> <b>(27)</b>	23,8% (19)	25,0% (20)
Sport	14,8% (12)	<b>35,8%</b> <b>(29)</b>	25,9% (21)	23,5% (19)
Kultur	<b>45,1%</b> <b>(37)</b>	30,5% (25)	15,9% (13)	8,5% (7)
Wiss. & Technik	35,0% (28)	<b>38,8%</b> <b>(31)</b>	13,8% (11)	12,5% (10)
Gesundheit	26,2% (21)	<b>45,0%</b> <b>(36)</b>	23,8% (19)	5,0% (4)
Lokales	29,1% (23)	<b>46,8%</b> <b>(27)</b>	19,0% (15)	5,1% (4)
Medien	22,5% (18)	<b>45,0%</b> <b>(36)</b>	21,2% (17)	11,2% (9)
Termine	31,2% (25)	<b>40,0%</b> <b>(32)</b>	17,5% (14)	11,2% (9)

Tabelle 5: Informationsquellen bei Gesprächen mit Freunden

Quelle: Eigene Erhebung

### d) Wie wichtig sind Ihnen in Zeitungen folgende Quellen für Informationen?

(n = 83)

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Politik	<b>38,3%</b> <b>(31)</b>	37,0% (30)	19,8% (16)	4,9% (4)
Wirtschaft	21,2% (17)	<b>45,0%</b> <b>(36)</b>	21,2% (17)	12,5% (10)
Sport	19,5% (15)	<b>31,2%</b> <b>(24)</b>	26,0% (20)	23,4% (18)
Kultur	32,5% (26)	<b>33,8%</b> <b>(27)</b>	22,5% (18)	11,2% (9)
Wiss. & Technik	33,8% (27)	<b>42,8%</b> <b>(35)</b>	15,0% (12)	7,5% (6)
Gesundheit	29,1% (23)	<b>44,3%</b> <b>(35)</b>	24,1% (19)	2,5% (2)
Lokales	25,3% (20)	<b>51,9%</b> <b>(41)</b>	15,2% (12)	7,6% (6)
Medien	22,8% (18)	<b>50,6%</b> <b>(40)</b>	15,2% (12)	11,4% (9)
Termine	26,9% (21)	<b>41,0%</b> <b>(32)</b>	20,5% (16)	11,5% (9)

Tabelle 6: Informationsquellen in Zeitungen

Quelle: Eigene Erhebung

Um den Stellenwert der einzelnen Quellen zu erheben, werden im folgenden deren Mittelwerte verglichen. Generell ist zu sagen, je niedriger der Mittelwert ist, desto wichtiger ist die Quelle für Informationen.

Information – Quelle	mean
Wiss. und Technik Internet	1,96
Wissenschaft und Technik TV	2,08
Wiss. & Technik Zeitung	2,04
Wiss. & Technik Freunde	1,97
Gesundheit Internet	1,95
Gesundheit TV	2,09
Gesundheit Zeitung	2,08
Gesundheit Freunde	2,00
Medien Internet	2,06
Medien TV	2,12
Medien Zeitung	2,21
Medien Freunde	2,15
Termine Internet	2,05
Termine TV	2,54
Termine Zeitung	2,09
Termine Freunde	2,17

Tabelle 7: Stellenwert der Informationsquellen 1

Quelle: Eigene Erhebung

Im Vergleich der Mittelwerte haben die Informationen über Termine, Gesundheit, Medien sowie Wissenschaft und Technik aus dem Internet bei den Befragten den höchsten Stellenwert. So liegt der Mittelwert bei Informationen über Termine aus dem Internet (2,05) über dem von Zeitung (2,09), Gesprächen mit Freunden (2,17) und Fernsehen (2,54). Vergleicht man die Mittelwerte von Gesundheit, läßt sich sagen, daß der Mittelwert in dieser Kategorie beim Internet bei 1,95 liegt, alle anderen Mittelwerte in dieser Kategorie bei bzw. über 2,00 liegen. Desgleichen ist das Internet (2,06) im Bezug auf die Informationen über Medien für die Befragten die wichtigste Quelle. An zweiter Stelle rangiert das Fernsehen (2,12), an dritter Stelle die Gespräche mit Freunden (2,15) und an vierter und letzter Stelle die Zeitung (2,21). Vergleicht man die Mittelwerte zu Informationen über Wissenschaft und Technik, informieren sich die befragten Gehörlosen bevorzugt aus dem Internet (1,96) und gleich danach in Gesprächen mit Freunden (1,97).

Zeitungen (2,04) und Fernsehen (2,08) sind eher unwichtig für Informationen über Wissenschaft und Technik.

Bei vier der neun Kategorien ist den Befragten das Internet als Informationsquelle am wichtigsten. Hierbei ist auffällig, daß es erstens um Informationen (Termine) geht, die jedem sagen, wo was los ist – also wo Menschen zusammenkommen. Es geht hierbei folglich darum, am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen. Zweitens sind Informationen (Gesundheit sowie Wissenschaft und Technik) von hohem Interesse, die u.a. über Neuigkeiten bzw. Fortschritte im Bereich Hörbehinderung berichten.

Information – Quelle	mean
Kultur Internet	2,04
Kultur TV	2,11
Kultur Zeitung	1,88
Kultur Freunde	2,13

Tabelle 8: Stellenwert der Informationsquellen 2

Quelle: Eigene Erhebung

Für Informationen über Kultur ist die Zeitung (1,88) die wichtigste Quelle für Gehörlose. An zweit wichtigster Stelle – so zeigt der Vergleich der Mittelwerte – steht das Internet (2,04) als Quelle für Kulturinformationen. Das Fernsehen (2,11) sowie die Gespräche mit Freunden (2,13) werden nur mehr an dritter und vierter Stelle genannt.

Information – Quelle	mean
Lokales Internet	2,16
Lokales TV	2,35
Lokales Zeitung	2,00
Lokales Freunde	2,05
Wirtschaft Internet	2,51
Wirtschaft TV	2,31
Wirtschaft Zeitung	2,56
Wirtschaft Freunde	2,25

Tabelle 9: Stellenwert der Informationsquellen 3  
Quelle: Eigene Erhebung

Im Vergleich der Mittelwerte der Kategorie Lokales, ist die Zeitung (2,00) die wichtigste Quelle für Informationen, gleich gefolgt von Gesprächen mit Freunden (2,05), dem Internet (2,16) und dem Fernsehen (2,35). Die befragten Gehörlosen vertrauen bei lokalen Informationen also eher auf die Personen, die unmittelbar vor Ort sind bzw. von dort berichten. In der Kategorie Wirtschaft reiht sich das Internet (2,51) ebenso an dritter Stelle ein, wenn es um den Stellenwert der Information geht. Die Mittelwerte zeigen, daß die Gespräche mit Freunden (2,25) für die befragten Gehörlosen die wichtigste Quelle für Informationen über die Wirtschaft sind; daraufhin folgt das Fernsehen (2,31) und an letzter Stelle greifen die Gehörlosen zur Zeitung (2,56), um sich über das wirtschaftliche Geschehen zu informieren.

Information – Quelle	mean
Politik Internet	2,29
Politik TV	1,89
Politik Zeitung	2,26
Politik Freunde	1,91
Sport Internet	2,61
Sport TV	2,48
Sport Zeitung	2,58
Sport Freunde	2,53

Tabelle 10: Stellenwert der Informationsquellen 4  
Quelle: Eigene Erhebung

Innerhalb der Politik ergibt der Mittelwertvergleich folgendes Bild: Das Fernsehen (1,89) wird als Quelle für Informationen am wichtigsten eingestuft und das Internet (2,29) scheint für die Befragten die unwichtigste Quelle für politische Informationen zu sein. Dies ist ebenso der Fall bei den Informationen aus der Kategorie Sport. Erste Informationsquelle ist auch hier das Fernsehen (2,48) und an letzter Stelle rangiert das Internet (2,61).

Die Daten zeigen, daß das Internet generell im Vergleich zu den anderen drei Bereichen einen sehr hohen Stellenwert für Informationen hat und bevorzugt genutzt wird. Bei vier der neun Kategorien hat das Internet den höchsten Stellenwert, d.h., es ist die wichtigste Quelle für Informationen.

Darauf hinzuweisen ist, daß die Unterschiede der Ergebnisse nicht signifikant sind, aber anhand der Mittelwerte bestimmte Tendenzen gelesen werden können.

Gehörlose können sich über das Internet über Ereignisse/Neuigkeiten/das Geschehen in ihrer unmittelbaren Nähe informieren

Die Umfrageergebnisse bestätigen außerdem die Aussage *Gehörlose können sich über das Internet über Ereignisse/Neuigkeiten/das Geschehen in ihrer unmittelbaren Nähe informieren* – diese Annahme unterstützt Hypothese 2.

Bei Frage 13 antworteten 65% (60) der befragten Gehörlosen, sie ‚nutzen das Internet, weil sie dadurch erfahren was in ihrer näheren Umgebung passiert‘.

Will man sich über Termine– das zeigen die Daten von Frage 11 (vgl. dazu auch Tabelle 7) – informieren, nutzen die Befragten am liebsten das Internet, denn dies hat für sie in der Kategorie Termine den höchsten Stellenwert. Zeitung, Fernsehen sowie Gespräche mit Freunden werden als Informationsquelle über Termine von der Mehrheit der Befragten nur als ‚wichtig‘ oder ‚weniger wichtig‘ angesehen. Für lokale Informationen wird die Tageszeitung dem Internet vorgezogen. So wurde jedoch von einem Gehörlosen die Aussage getroffen, „*die Infos über das Internet ist besser als in der Lokalzeitung*“<sup>105</sup>.

Eine generelle Erkenntnis sticht jedenfalls ins Auge: das Internet *informiert die Gehörlosen (sehr gut) über Ereignisse und das Geschehen in ihrer unmittelbaren Nähe*. Dies hat starke Auswirkungen auf die Beteiligung und folglich auf die Integration in die Gesellschaft, denn über das Geschehen und die Ereignisse informiert zu sein, bedeutet mitreden zu können (vgl. hierzu Frage 13 sowie Frage 15) oder dorthin zu gehen, wo alle sich treffen etc. – eben aktiv dabei zu sein und sich am gemeinschaftlichen Leben zu beteiligen.

---

<sup>105</sup> Fragebogennummer 48 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

- Zu Hypothese 3

Gehörlose glauben, daß sie besser informiert sind, seitdem sie das Internet nutzen.

Frage 21: Beurteilen Sie folgende Aussagen:

a) Seitdem Internet bin ich als Gehörloser *besser, genauso gut, schlechter* informiert, als bevor ich das Internet benutzt habe. (n = 79)

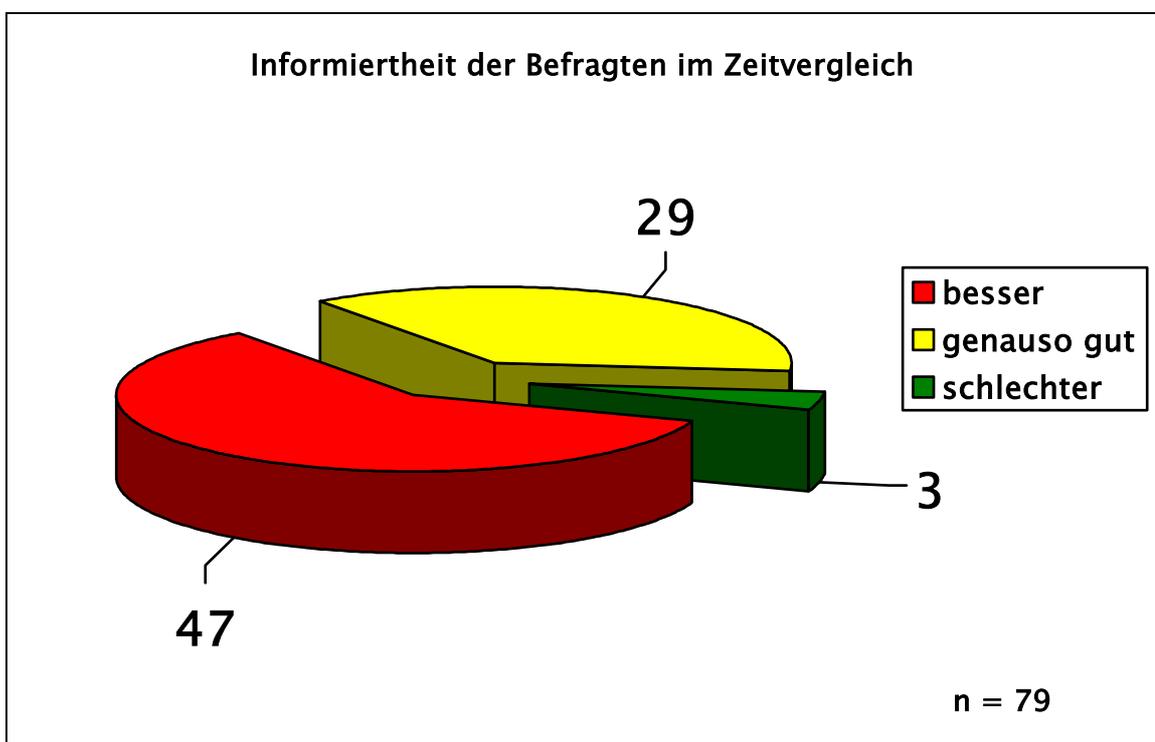


Abbildung 16: Informiertheit der Befragten im Zeitvergleich

Quelle: Eigene Erhebung

Die Ergebnisse unterstützen die Hypothese: Über die Hälfte der Befragten (47, das sind 59,5%) sind der Meinung, daß sie, seitdem sie das Internet nutzen, ‚besser‘ informiert sind als zur Zeit, in der sie noch nicht zu den Internet-Usern gehörten. So schrieb einer der gehörlosen Befragten: „*Das Internet bringt den Gehörlosen viel mehr Informationen, die sie wissen möchten oder brauchen, vor allem*

*können sie sich selbst ohne Mühe Infos holen.*"<sup>106</sup> Die Aussage, „mit dem Internet besser informiert“ zu sein, wurde von einigen Umfrageteilnehmern getroffen. 29 Personen (36,7%) empfinden keinen großen Unterschied; sie sind der Meinung, früher ‚genauso gut‘ informiert gewesen zu sein wie heute und nur eine sehr schwindende Minderheit von drei Personen (3,8%) findet, sie sei, seit sie das Internet nutzt, ‚schlechter‘ informiert. Die Hypothese kann demnach bestätigt werden.

Einer der Befragten sprach auch direkt die spezifischen Informationen für Gehörlose an: *„Zu dem bekommt man schnell Infos über die Gl.-Welt [= Gehörlosenwelt] was so alles passiert in den letzten Tagen, das war vor dem Internet undenkbar und hat ewig gedauert bis das so ‚durchsickert‘!!!“*<sup>107</sup>

Die Informationssituation der Gehörlosen hat sich also seit dem Internet sehr positiv verändert und verbessert. Nicht nur, daß sie einen besseren Zugriff auf allgemeine Informationen haben, sondern auch die *Informationen über ihre Welt* sind heute besser verfügbar.

---

<sup>106</sup> Fragebogennummer 205 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>107</sup> Fragebogennummer 48 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

- Zu Hypothese 4

Gehörlose nutzen das Internet hauptsächlich, um sich zu informieren.

Frage 13: Ich nutze das Internet, weil ich.....

Mehrfachnennungen waren möglich. (n = 80, 394 Antworten erhalten)

Ich nutze das Internet,	trifft voll & ganz zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft ganz & gar nicht zu
weil ich über wichtige Dinge sofort informiert werde	<b>60,0%</b> <b>(48)</b>	31,2% (25)	6,2% (5)	2,5% (2)
weil ich neue Dinge erfahre	<b>58,8%</b> <b>(47)</b>	36,2% (29)	3,8% (3)	1,2% (1)
weil ich mehr über andere Menschen erfahre	34,2% (27)	<b>39,2%</b> <b>(31)</b>	21,5% (17)	5,1% (4)
weil ich dann besser mitreden kann	29,5% (23)	<b>38,5%</b> <b>(30)</b>	24,4% (19)	7,7% (6)
weil ich erfahre, was in meiner näheren Umgebung passiert	26,0% (20)	<b>39,0%</b> <b>(30)</b>	28,5% (22)	6,5% (5)

Tabelle 2a: Gründe der Internetnutzung

Quelle: Eigene Erhebung

Die Ergebnisse unterstützen auch diese Hypothese: 48 der befragten Gehörlosen (60%) nutzen das Internet hauptsächlich, um sich über wichtige Dinge sofort zu informieren sowie 47 Personen (58,8%), weil sie so neue Dinge erfahren. Immerhin auf noch 25 Personen (31,2%) trifft die Aussage: „Ich nutze das Internet, weil ich über wichtige Dinge sofort informiert werde“ noch eher zu und auf 29 Befragte (36,2%) die Aussage: „Ich nutze das Internet, weil ich neue Dinge erfahre“.

Die theoretischen Erkenntnisse, daß das Internet primär zu Informationszwecken genutzt wird, können bestätigt werden, wenn man betrachtet, daß 95% der

gehörlosen das Internet nutzen, ‚weil sie neue Dinge erfahren‘ und 91,2%, ‚weil sie über wichtige Dinge sofort informiert werden‘.<sup>108</sup>

**Frage 15: Wozu nutzen Sie Informationen aus dem Internet?**

Mehrfachnennungen waren möglich. (n = 80, 366 Antworten erhalten)

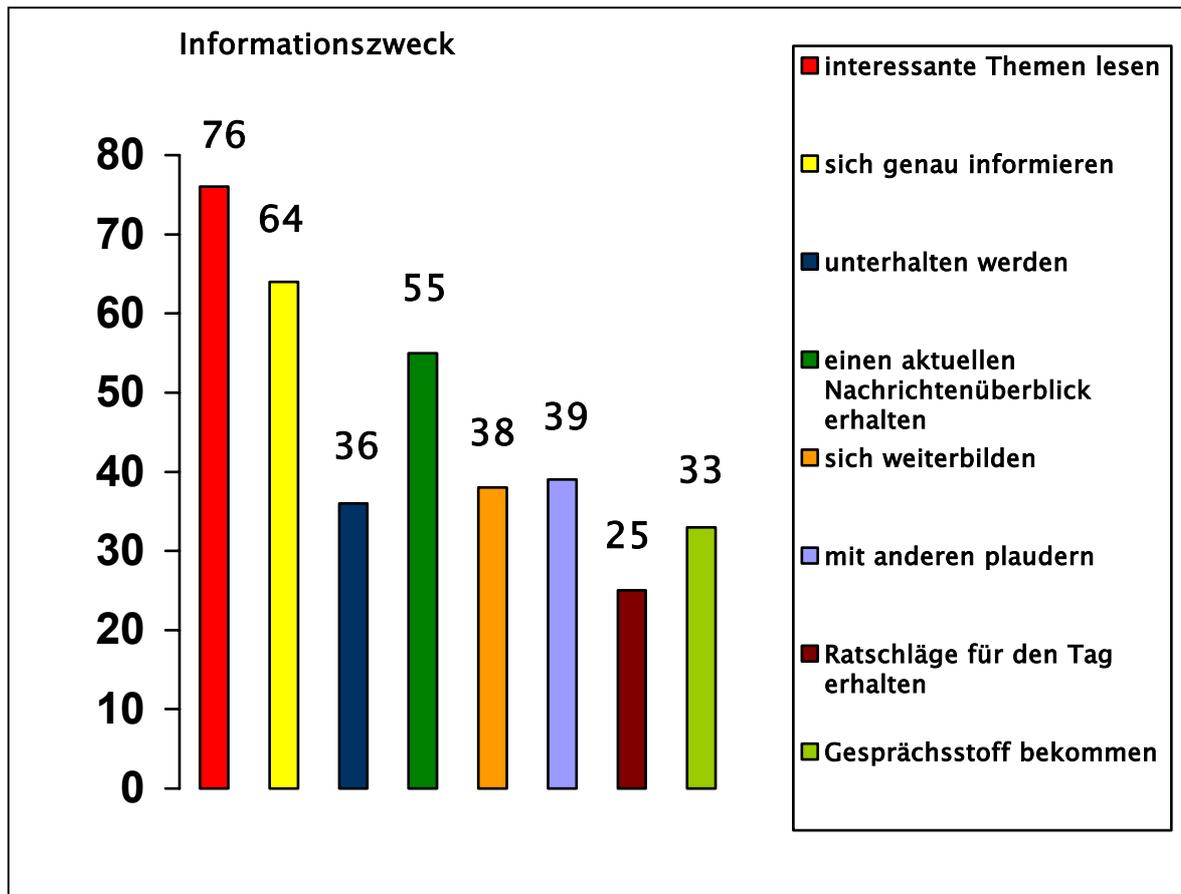


Abbildung 14a: Informationszweck

Quelle: Eigene Erhebung

Die erfragten Daten zum Informationszweck des Internet unterstützen die Hypothese. 95% (76) der Umfrageteilnehmer nutzen die Informationen aus dem Internet um ‚interessante Themen zu lesen‘ und diese liest man, um sich zu informieren. 80% (66) der Gehörlosen will ‚sich genau informieren‘ und an dritter Stelle mit fast 79% (55) wollen die Leute ‚einen genauen Nachrichtenüberblick

<sup>108</sup> Siehe auch Abbildung 15 Gründe der Internetnutzung Seite 132.

erhalten'. Diese drei Komponenten beziehen sich auf das Informationsbedürfnis. Vergleicht man diese meist genannten mit den übrigen Antworten, geht es bei den Informationen aus dem Internet also primär darum, den eigenen Informationsstand und somit auch den Wissensstand zu erweitern, im Gegensatz zu beispielsweise ‚unterhalten zu werden‘, was sich 45% (36) der Befragten von den Informationen aus dem Internet wünschen oder ‚Gesprächsstoff zu bekommen‘ (33, das sind 41,2%). So traf eine der befragten Personen die Aussage: *„Ich kann im Internet über alles informiert, die ich damals ohne Internet oft nicht informiert hab. Jetzt bin ich durch Internet viel klüger geworden und mehr Wissen habe.“*<sup>109</sup> Die Bedürfnisbefriedigung, die hier erlangt wird, ist enorm wert und erhöht stark die eigene Zufriedenheit (siehe hierzu Kapitel 3.1.).

Die Hypothese *Gehörlose nutzen das Internet hauptsächlich, um sich zu informieren* kann aufgrund der Daten bestätigt werden. Die Daten zeigen die starke Informationsfunktion, die das Internet für die Gehörlosen übernimmt auf.

---

<sup>109</sup> Fragebogennummer 214 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

- Zu Hypothese 5

Das Internet bietet Gehörlosen genauere Informationen als das Fernsehen.

Das Internet wird von Gehörlosen gegenüber dem Fernsehen für mehr Themen bevorzugt.

Frage 16: Beurteilen Sie folgende Aussage:

Das Internet informiert mich genauer als das Fernsehen. (n = 80)

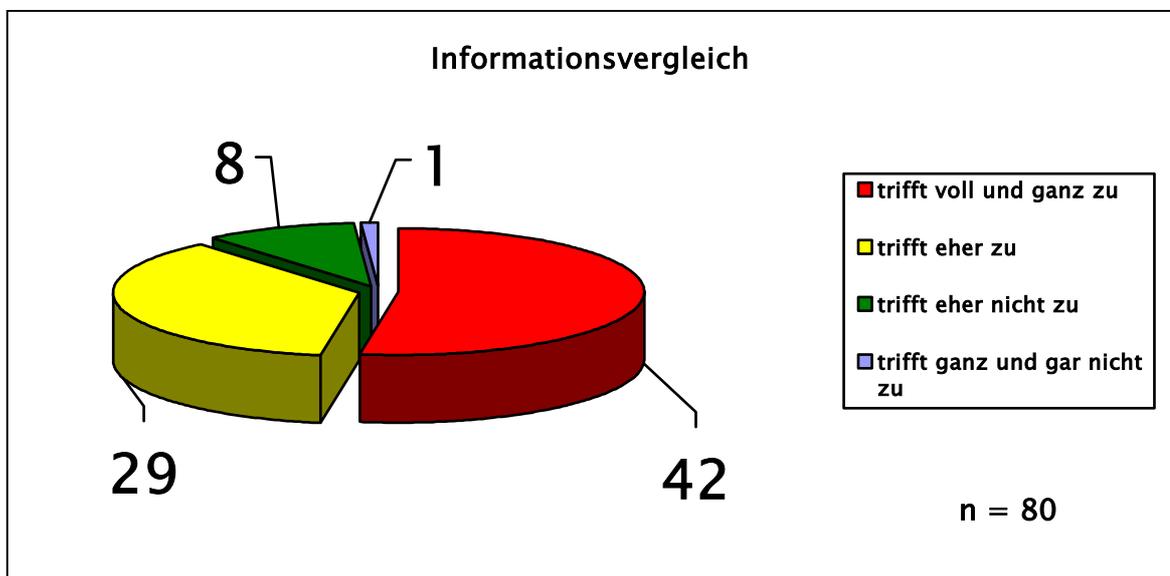


Abbildung 17: Informationsvergleich Internet/Fernsehen

Quelle: Eigene Erhebung

Die überwältigende Mehrheit der Befragten war der Meinung, das ‚Internet informiere sie genauer als das Fernsehen‘: 52,6% (42) der Gehörlosen stimmten der Aussage ‚voll und ganz zu‘ und 36,2% (29) waren immer noch der Meinung diese Aussage ‚treffe eher zu‘. Einige der Befragten vertreten folgende Meinung: *„Im Internet wird man exakt informiert, z.B. im Fernsehen gibt es auch Infos, aber wird kaum untertitelt und der Teletext ist zu einfach (beschränkt auf eine Seite,*

*keine Bilder*).<sup>110</sup> Hingegen waren lediglich 11,2% (9) Personen davon überzeugt, das Internet informiere sie nicht genauer als das Fernsehen.

Die Hypothese kann also bestätigt werden. Rückblickend war dies schon aufgrund der theoretischen Erkenntnisse zu erwarten.

In diesem Zusammenhang ist auch von Interesse, ob bestimmte Informationen vielleicht doch eher aus dem Fernsehen als aus dem Internet bevorzugt werden. Angenommen wurde auf der Basis der theoretischen Erkenntnisse, daß *das Internet von Gehörlosen gegenüber dem Fernsehen für mehr Themen bevorzugt wird*.

Hierzu wurden die Fragen 11a und 11b (siehe Seite 134f.) analysiert. Um Daten zur Interpretation heranziehen zu können, müssen diese auf ihre Signifikanz geprüft werden. Die Karmasin-Formel „überprüft, ob die Unterschiede in den Ergebnissen zweier unabhängiger Stichproben signifikant oder innerhalb der statistischen Schwankungsbreite liegen“ (Karmasin 1993, S. 61).

$$(sign) = \pm t_x \sqrt{\frac{p1x(100 - p1)}{n1} + \frac{p2x(100 - p2)}{n2}}$$

d	=	kritische Differenz
t	=	2,00
p1	=	erster ermittelter Prozentsatz
p2	=	zweiter ermittelter Prozentsatz
n1	=	erste (Teil) Stichprobe
n2	=	zweite (Teil) Stichprobe

Abbildung 18: Karmasin-Formel

<sup>110</sup> Fragebogennummer 22 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

Quelle: Karmasin 1993, S. 61

	tatsächliche Differenz	kritische Differenz	Signifikanz
Politik	19,0	10,19	ja
Wirtschaft	10,1	9,94	ja
Sport	7,2	10,94	nein
Kultur	2,0	10,36	nein
Wissenschaft & Technik	5,5	9,91	nein
Gesundheit	7,6	9,8	nein
Lokales	8,3	10,29	nein
Medien	0,5	10,95	nein
Termine	27,2	10,46	ja

Tabelle 11: Ergebnisse aus dem Vergleich der Informationen aus Internet und Fernsehen

Quelle: Eigene Erhebung

Lesebeispiel für Termine:

**10,46 < 27**, daher ist die Differenz signifikant. Denn „ist der Wert kleiner, unterscheiden sich die beiden Stichproben, dann sind sie signifikant und können daher zu einer entsprechenden Interpretation herangezogen werden“ (Karmasin 1993, S. 61).

Eindeutige Signifikanzen konnten nur in den Bereichen Politik, Wirtschaft sowie Termine gefunden werden, in allen anderen Bereichen lassen sich nur Tendenzen finden wie dies die Prozentzahlen der folgenden Tabelle zeigen.

	Internet: wichtig	TV: wichtig	Internet: unwichtig	TV: unwichtig
Politik	56,0%	74,7%	44,0%	25,3%
Wirtschaft	50,6%	60,7%	49,4%	39,3%
Sport	45,2%	52,4%	54,8%	47,6%
Kultur	67,5%	65,5%	32,5%	34,5%
Wissenschaft & Technik	74,6%	69,1%	25,4%	30,9%
Gesundheit	75,9%	68,3%	24,1%	31,7%
Lokales	70,2%	61,9%	29,8%	38,1%
Medien	71,1%	70,6%	28,9%	29,4%
Termine	68,2%	41,0%	31,8%	59,0%

Tabelle 12: Vergleich der Informationen aus Internet und Fernsehen

Quelle: Eigene Erhebung

Vergleicht man allerdings die einzelnen Kategorien und stellt zusätzlich die Sparten ‚sehr wichtig/wichtig‘ (wichtig) und ‚weniger wichtig/unwichtig‘ (unwichtig) gegenüber kommt man zu folgendem Ergebnis: Das Internet wird gegenüber dem Fernsehen eindeutig für mehr Themen bevorzugt – siehe Tabelle 12. Nur drei Bereiche ‚Politik, Wirtschaft sowie Sport‘ werden im Fernsehen bevorzugt. Über alle anderen Kategorien informieren sich die Befragten lieber aus dem Internet. Diese Erkenntnis lässt auf zwei Dinge schließen: erstens, das Internet geht bei der Medienrezeption mehr auf die spezifische Situation der Gehörlosen ein und zweitens, das Internet ist die bessere Informationsquelle (für Gehörlose), denn ansonsten würde es ja nicht bevorzugt werden.

Besonders auffällig ist der Unterschied zwischen den beiden Medien, wenn es darum geht sich über Termine zu informieren – also wenn es um wirklich aktuelle Informationen geht. Hier bevorzugen 27% der Befragten das Internet als Informationsmedium. Termine sind ebenso wichtig, um zu wissen, wo die Menschen aus dem näheren Umfeld hingehen und sich treffen, d.h. was alles in der näheren Umgebung geschieht.



- **Zu Hypothese 6**

Gehörlose haben das Gefühl, das Internet ermöglicht eine einfachere Kommunikation mit anderen Gehörlosen.

Frage 20: Finden Sie, durch das Internet ist die Kommunikation mit anderen Gehörlosen einfacher? (n = 79)

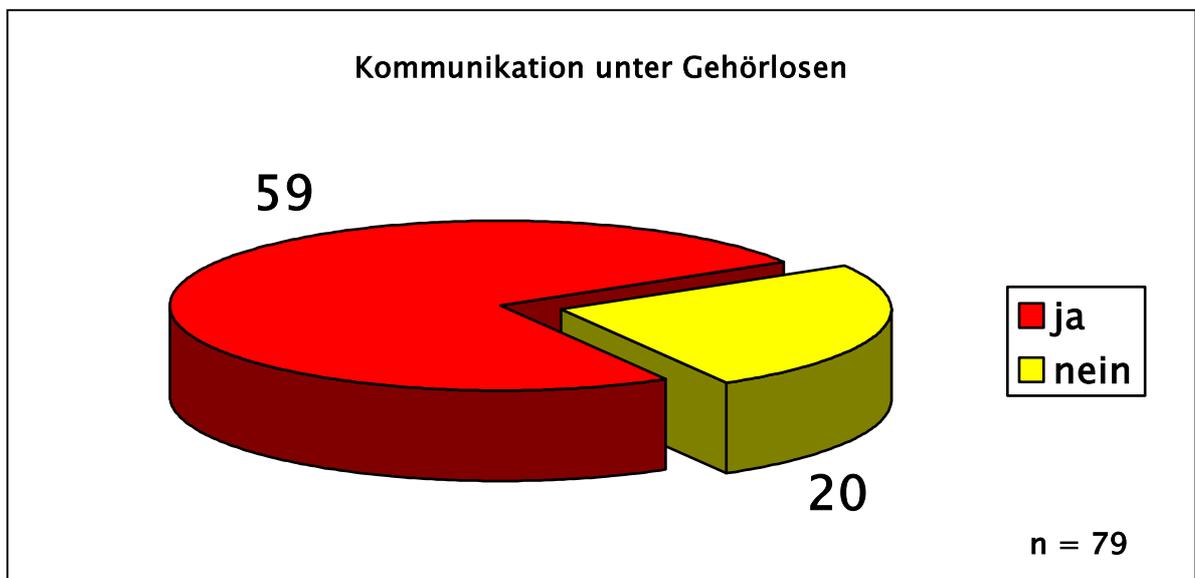


Abbildung 19: Kommunikation unter Gehörlosen  
Quelle: Eigene Erhebung

Die Hypothese kann durch die erhobenen Daten eindeutig bestätigt werden. 59 der befragten Gehörlosen (74,7%) finden, daß durch das Internet die Kommunikation mit anderen Gehörlosen einfacher geworden ist. Hervorgehoben wurde von einer Befragten, daß es durch den Chat leichter ist mit den Freundinnen zu plaudern als per Fax<sup>111</sup>. Ein anderer Gehörloser meinte: „*Ganz nett ist die Möglichkeit, Kontakte mit anderen Gehörlosen aus aller Welt zu*

---

<sup>111</sup> Vgl. Fragebogennummer 72 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

knüpfen. Und es verringert auch so manchen Zeitdruck.<sup>112</sup> 20 der Befragten (25,3%) können sich dieser Meinung nicht anschließen und antworteten mit *nein*.

- **Zu Hypothese 7**

Gehörlose haben das Gefühl, durch das Internet mehr Kontakte zu Hörenden zu haben als bisher.

Frage 18: Haben sie über das Internet Kontakt zu Hörenden? (n = 79)

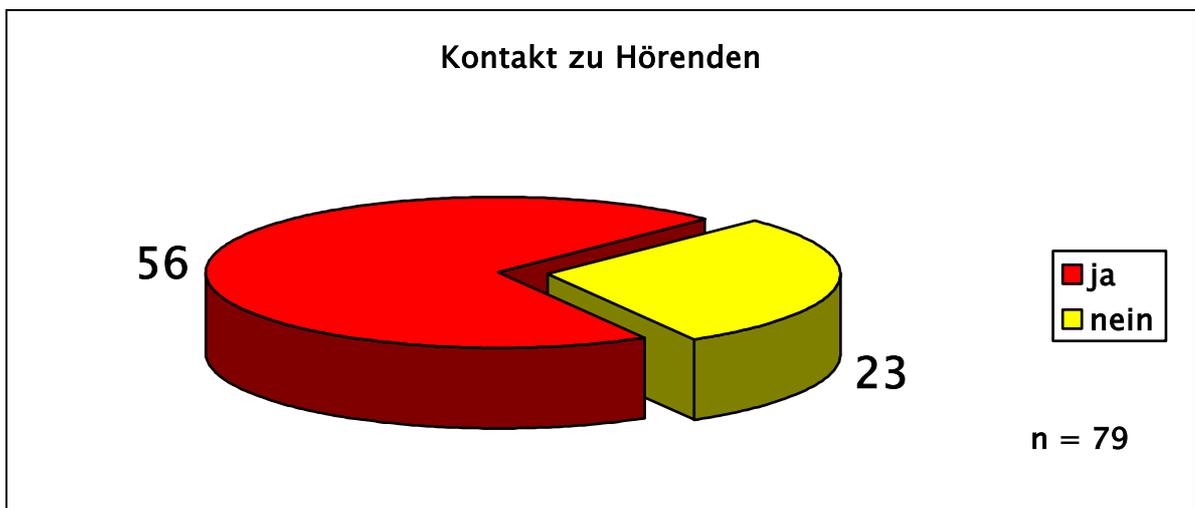


Abbildung 20: Kontakt der Befragten über das Internet zu Hörenden  
Quelle: Eigene Erhebung

Diese Frage sollte zunächst einmal erheben, ob überhaupt ein Kontaktpotential zwischen Gehörlosen und Hörenden via Internet besteht. Die Frage beantworten 71% (56) mit ‚ja‘ und 29% (23) mit ‚nein‘. Daraus ist zu schließen, daß es Kontakt zwischen Gehörlosen und Hörenden gibt und außerdem ist anzunehmen, daß dieser sehr erwünscht ist, denn ansonsten würden nicht drei Viertel der Befragten Kontakt zu Hörenden haben.

---

<sup>112</sup> Fragebogennummer 20 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

Frage 19: Finden Sie, durch das Internet kann man mehr Kontakte zu Hörenden knüpfen? (n = 75 und vier Enthaltungen)

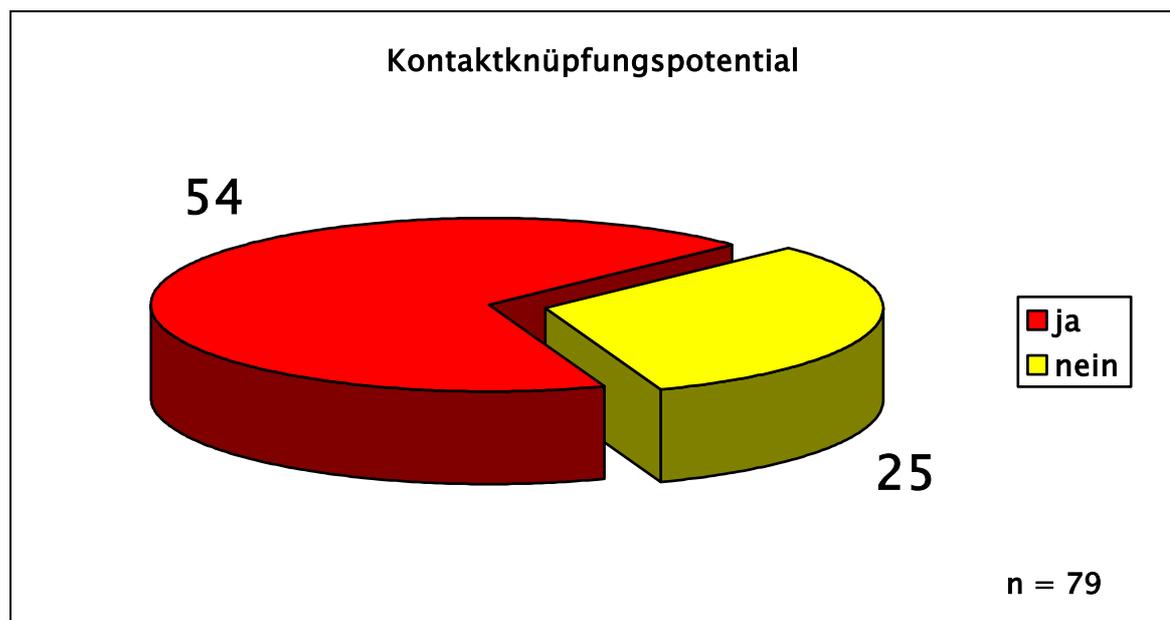


Abbildung 21: Kontaktknüpfungspotential der Befragten

Quelle: Eigene Erhebung

Die Datenlage ist hier mit der vorherigen Frage fast identisch. 70% (51) der Umfrageteilnehmer sind der Auffassung, *durch das Internet mehr Kontakte zu Hörenden knüpfen* zu können.

*„Ich will nur kurz sage, daß das Internet für Gehörlose ein sehr hilfreiches Mittel ist – um ihre schriftkompetenz zu verbessern – um die Kommunikation mit Hörenden zu vereinfachen – Hemmungen zwischen gl [= Gehörlose] und Hörenden abzubauen – um ABER auch, verborgenes mit (fremden) gehörlosen zu diskutieren (Anonymität bleibt) – fühlen sich dann nicht mehr so benachteiligt gegenüber Hörenden.“<sup>113</sup>*

<sup>113</sup> Fragebogennummer 211 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

30% (22) der Befragten antwortete auch bei dieser Frage mit ‚nein‘.<sup>114</sup>

---

<sup>114</sup> Es ist zu erwägen, ob nicht die Personen, die bei Frage 18 *ja* ankreuzten, dies auch bei Frage 19 taten.

Die online erhobenen Daten bestätigen jedenfalls eindeutig die Hypothese.

Für den Aspekt der *Integration der Gehörlosen in die Gesellschaft* ist diese Tatsache von hoher Bedeutung, denn es zeigt, daß der (bereits bestehende) Kontakt zwischen Gehörlosen und Hörenden durch das Internet intensiviert werden kann und folglich diese beiden Personengruppen besser aufeinander zugehen können sowie besser und/oder einfacher miteinander kommunizieren können.

- **Zu Hypothese 8**

Durch die Informationen aus dem Internet wird Gehörlosen eine Möglichkeit gegeben, sich aktiver an den Gesprächen und Geschehnissen in der Gesellschaft zu beteiligen.

Frage 21: Beurteilen Sie folgende Aussagen:

- a) Durch die Informationen aus dem Internet kann ich mich als Gehörloser im Gegensatz zur Zeit vor dem Internet besser, genauso gut, schlechter am Geschehen in der Gesellschaft beteiligen.

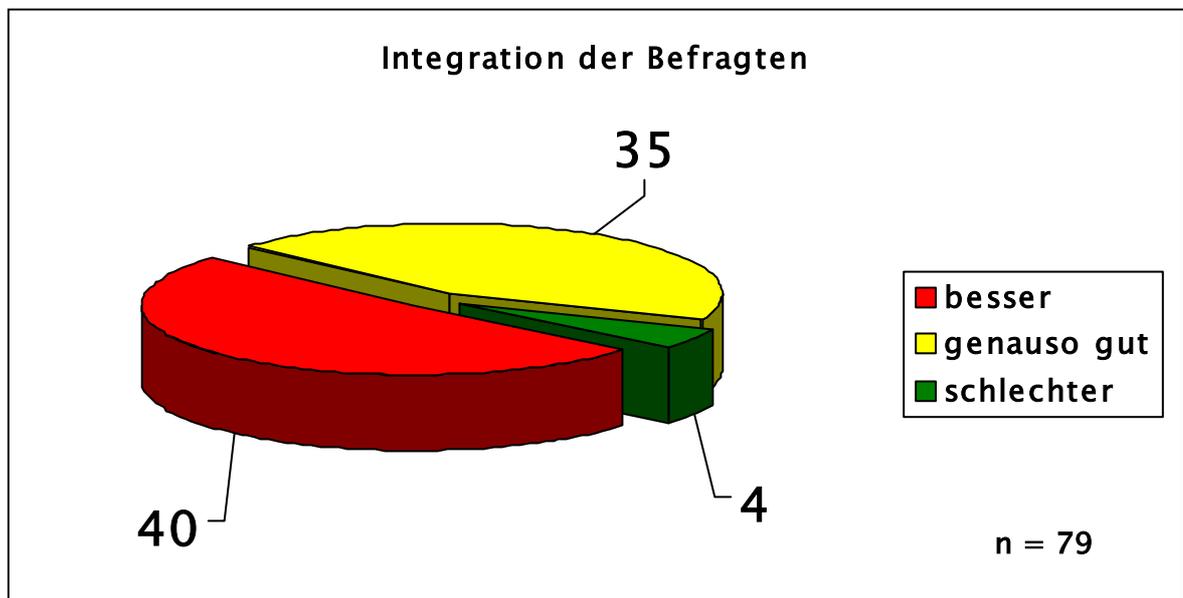


Abbildung 22: Beteiligung am Gesellschaftsgeschehen

Quelle: Eigene Erhebung

Die hypothetische Aussage wird durch die Daten unterstützt: 40 der befragten Gehörlosen (50,6%) sind der Auffassung, sie können sich durch die Informationen aus dem Internet *besser* am Geschehen in der Gesellschaft beteiligen als zur Zeit vor dem Internet. 35 (44,3%) Gehörlose sind der Meinung, es habe sich nichts geändert und vier Gehörlose (5,1%) sind der Meinung, sich nun schlechter am Geschehen in der Gesellschaft beteiligen zu können.

Aufgrund dieser Hypothese kann also behauptet werden: das Internet fördert die Integration der Gehörlosen in die Gesellschaft.

Diesbezüglich kann unterstützend die Aussage aus Frage 13 (vgl. Hypothese 2) „Ich nutze das Internet, weil ich dann besser mitreden kann“ angebracht werden, denn wer sich aktiver an den Gesprächen in der Gesellschaft beteiligt, erfährt auch eine stärkere Integration. So sind immerhin 29,5% der Gehörlosen der Meinung diese Aussage ‚trifft voll und ganz zu‘ und die meisten, 38,5%, finden, die Aussage ‚trifft eher zu‘. Frage 15 (vgl. Hypothese 2) zeigt hierzu, daß Informationen zwar nicht primär genutzt werden, „um Gesprächsstoff zu erhalten“, doch immerhin sind noch 41,2% dieser Auffassung und 48,8% der befragten Gehörlosen nutzen die Informationen aus dem Internet um „mit anderen zu plaudern“.

Fazit der empirischen Untersuchung – basierend auf den Ergebnisse bzw. Daten: Das Internet fördert aufgrund der zur Verfügung stehenden Informationen sowie der Kommunikationsmöglichkeiten die aktivere Teilnahme der Gehörlosen am (gemeinsamen) gesellschaftlichen Leben.









#### 4.4. Schlußfolgerung: Ergebnisinterpretation

Dieser Arbeit liegt die These zugrunde, daß Massenmedien die gesellschaftliche und kulturelle Integration (in modernen Gesellschaften) fördern, und daß insbesondere das WWW und die Kommunikationsdienste dies im Falle der Gehörlosen verwirklichen.

Die Ergebnisauswertung und -darstellung der empirischen Untersuchung bestätigt diese Annahme, und der eingangs gestellten forschungsleitenden Fragestellung „**Fördert das Internet die (soziale) Integration der Gehörlosen in die Gesellschaft?**“ kann zugestimmt werden.

Im vorliegenden Abschnitt werden die theoretischen und empirischen Erkenntnisse zusammenfassend aufgearbeitet und vergleichend interpretiert. Es werden die zentralen Punkte wie Information, Kommunikation, Bedürfnisse und Integration in Theorie und Empirie betrachtet, aber auch ein gemeinsamer Zusammenhang wird erstellt. Denn die diversen Perspektiven und Gesichtspunkte bedingen und beeinflussen sich gegenseitig und bilden eine Einheit. Auf dieser Basis soll noch einmal vertiefend gezeigt werden, wie das Internet als Informations- und Kommunikationsmedium eine aktivere Teilnahme der Gehörlosen an der Gesellschaft fördert.

##### 4.4.1. Möglichkeiten der Mediennutzung

Unsere Gesellschaft verfügt über ein großes Angebot an medialen Produkten. Die bisherigen Ausführungen zeigen allerdings, daß Gehörlose der Meinung sind, daß das Medienangebot für sie zu gering ist, denn sie können das mediale

Gesamtspektrum nur auszugsweise nutzen. Bei der Umfrage teilten circa 53% der Befragten diese Ansicht (vgl. Hypothese 1). Die Möglichkeit eines ausreichenden Zugangs zum Medienangebot ist somit nicht gegeben und gehörlose Mediennutzer fühlen sich häufig benachteiligt gegenüber hörenden Mediennutzern.

Nutzen möchten Gehörlose, trotz der Einschränkung nichts hören zu können, die Medien jedoch genauso wie jeder andere. Die Situation der Gehörlosen sieht wie weiter oben ausführlich behandelt, generell so aus, daß das Radio für sie keinerlei Funktionen übernimmt, dies meint auch eine Befragte, wenn sie davon spricht, sie müsse ihre Kolleginnen fragen, was über das Radio gesagt wird.<sup>115</sup> Informationen aus dem Fernsehen können nur visuell wahrgenommen werden – d.h. diese Mitteilungen, seien sie informativer oder unterhaltender Natur, können nicht vollständig aufgenommen werden. Hier beklagt dieselbe Person den zumeist fehlenden Untertitel: *„Fernsehen sehr wenig Untertitel meisten ohne ich kann nicht mehr aushalten. Darum oft beim mit dem Internet mehr informiert.“*<sup>116</sup> Die diversen Printmedien sind für viele Gehörlose oft zu schwer zu rezipieren.<sup>117</sup>

Das Internet bzw. die diversen Online-Medien können aufgrund ihrer technischen Möglichkeiten gegenüber herkömmlichen Medien eine hohe Informationskapazität und Aktualität für gehörlose Menschen gewährleisten, genauso wie eine vielseitigere Informationsbereitstellung, bedingt durch die multimedialen Eigenschaften des Internet: Es wird ein breiteres Spektrum an Informationen in Bild und

---

<sup>115</sup> Fragebogennummer 72 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>116</sup> (ebd.)

<sup>117</sup> Eine Zugangsproblematik zu Medien sind die mangelnden schriftsprachlichen Kenntnisse bei vielen Hörgeschädigten, denn diese wirken sich auf die Medienkompetenz aus. (vgl. dazu in Kap. 2.4.2.)

Text angeboten, wodurch es keine großen Hürden mehr zu überwinden gibt.

So vertreten 89% der befragten Gehörlosen die Auffassung, das ‚Internet informiere sie genauer als das Fernsehen‘ (vgl. Hypothese 5).

Überdies gab in der Umfrage die Mehrheit der Befragten (50%) an, das Internet sei im Vergleich zu Fernsehen, Zeitung und Zeitschriften das wichtigste Medium für gehörlose Medienrezipienten.

*„Ich kann im Internet überalles informiert, die ich damals ohne Internet oft nicht informiert habe. Jetzt bin ich durch Internet viel kluger geworden und mehr Wissen habe. Bin echt froh, da solche es gibt. Ohne Internet kann ich es mir jetzt nie vorstellen. ZB auch über die anderen in Forum die Probleme austauschen und ratschläge holen und vieles mehr. Internet ist wertvolles Mittel für gehörlos,“<sup>118</sup>* merkt einer der Befragten an.

Gehörlose profitieren von den Neuen Medien, die ihnen eine größere Auswahlmöglichkeit an Informationen bieten und ihre Nachteile gegenüber Hörenden reduzieren. Es bietet sich die Chance, Informationen nun in gleicher Menge und Tiefe aufzunehmen wie (fast) alle anderen Gesellschaftsmitglieder. Die Informationssituation hat sich für sie grundlegend geändert – hierbei geht es insbesondere um die inhaltlichen Medienangebote, die beim Internet mehr als je zuvor auf die Gehörlosen zugeschnitten sind.

Das Internet als text- und bildbasierende Plattform spricht überwiegend den visuellen Kanal des Benutzers an und kommt damit den (Sprachbedingungen der) Gehörlosen entgegen, denn sie sind überwiegend auf text- und bildorientierte Medien angewiesen. Hier können erstens die medialen Inhalte besser rezipiert werden und zweitens wird die Sprachkompetenz verbessert, da diese nur durch

---

<sup>118</sup> Fragebogennummer 214 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

den ständigen Gebrauch gesteigert werden kann. *„Ich will nur sagen, daß das Internet für gehörlose ein sehr hilfreiches Mittel ist – um ihre Schriftkompetenz zu verbessern.“*<sup>119</sup> Dies wirkt sich äußerst positiv auf die Medienkompetenz aus, denn diese wird gestärkt und dadurch ist die Voraussetzung geschaffen, daß die allgemeine Medienzuwendung gesteigert werden kann.

Das Internet trägt jedenfalls in hohem Maße dazu bei, die Defizite der traditionellen Medien zu kompensieren sowie zu minimieren.

#### 4.4.2. Internet als Informationsplattform

Information ist eines der wichtigsten Zuwendungsmotive für das Internet. Dies hat u.a. mit dem menschlichen Bedürfnis nach Information zu tun. In der ARD/ZDF-Online-Studie 2001 wurde erhoben: die Mehrheit der Internet-User gehe „pragmatisch und zielgerichtet mit den Internetangeboten um, wobei weniger Spaß und Zeitvertreib im Vordergrund stehen, sondern die schnelle und komfortable Befriedigung der aktuellen (Informations-)Bedürfnisse.“ (Oehmichen/Schröter 2001, S. 396) Diese Erkenntnis wird nachhaltig auch im Falle der Gehörlosen durch die Ergebnisse von Hypothese 3 unterstützt. Über die Hälfte der Befragten (59,5% – Frage 21) sind der Meinung, daß sie seitdem sie zu den Internet-Usern gehören ‚besser‘ informiert sind als zur Zeit davor.

In diesem Zusammenhang läßt sich festhalten, daß die Zuwendung zum Internet aller Voraussicht nach intensiviert wird, denn die Gehörlosen wissen durch ihre Erfahrungen, daß dieses Medium (gemeint ist das WWW) ein bestimmtes Bedürfnis

---

<sup>119</sup> Fragebogennummer 211 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

- u.a. das nach Informationen – befriedigt und werden sich aufgrund der erfolgten Bedürfnisbefriedigung in der Folge wieder dem Internet zuwenden.

### Nutzungsmotive

Die befragten Gehörlosen nutzen fast alle das Internet ‚um über wichtige Dinge informiert zu werden‘ (91% – siehe Frage 13) und ‚um neue Dinge zu erfahren‘ (95% – siehe Frage 13). Bei den Informationen geht es hauptsächlich darum, ‚interessante Themen zu lesen‘ (95% – siehe Frage 15), ‚sich genau zu informieren‘ (80% – siehe Frage 15) und ‚einen aktuellen Nachrichtenüberblick zu erhalten‘ (69% – siehe Frage 15). In den Anmerkungen schreibt eine befragte Gehörlose dazu explizit: *„Es mich sehr interessant mit dem Internet, weil ich bin Gehörlos kann alles lesen was gibt Neues alles aus der ganz Welt“*<sup>120</sup>.

Hauptanliegen ist es genau und ausführlich informiert zu sein sowie über das aktuelle Geschehen Bescheid zu wissen, was den Gehörlosen bei den traditionellen Medien (teilweise) verwehrt bleibt. Mit dem Internet verbinden die befragten Gehörlosen immer wieder Attribute wie Information sammeln, Aktualität, Neuigkeiten und Wissen<sup>121</sup>.

Die Informationen aus dem Internet haben allerdings auch einen Mehrwert.

*„Aber ich kann die Infos vom internet an die Mitglieder meiner Gehörlosengruppe weitergeben, es sind 34 Personen, davon 13 Ehepaare, sie freuen sich immer, wenn ich das ihnen schwarz auf weiss gebe, so können sie es lesen und verstehen den Text besser, als wenn ich es in Gebärdensprache vorführe.“*<sup>122</sup>

---

<sup>120</sup> Fragebogennummer 72 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>121</sup> Vgl. u.a. Fragebogennummer 104 und 241 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>122</sup> Fragebogennummer 18 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

Es profitieren demnach ebenso Gehörlose, die keine Internet-User sind von den Informationen aus dem Netz, und jene können dadurch verstärkt in den gemeinsamen Kommunikationsprozeß integriert werden.

Die Informationen aus dem Internet werden von vielen außerdem unter der Perspektive der Wissenserweiterung konsumiert – ‚sich weiterbilden‘ gaben immerhin fast die Hälfte der Gehörlosen (48% – siehe Frage 15) im Fragebogen an. Dies hängt eng mit dem Streben des Menschen nach Lernen und Weiterbildung zusammen, denn seinen Wissensstand zu erweitern ist (für viele) ein ständiges Bedürfnis. So meint einer der Untersuchungsteilnehmer: *„Mit dem Internet werden Gehörlose klüger, als was sie in der Schule gelernt haben, sozusagen viel versäumt.“*<sup>123</sup> Langfristig betrachtet, bedeutet diese Tatsache, daß die Wissenskluft zwischen Gehörlosen und Hörenden abgebaut wird, denn das *„Bildungsniveau wird stark erhöht, da Meldungen und Informationen vollständig und ausführlich sind“*<sup>124</sup>. Die theoretischen Erkenntnisse haben gezeigt, daß jede Wissensvermittlung eine Weitergabe von Information ist und eben auch nur über diese erfolgen kann (– dies geschieht durch Kommunikation in Schrift und Sprache).

Von Bedeutung ist schlußendlich, daß die Gehörlosen selbst das ‚Gefühl der Wissenserweiterung‘ haben: *„Ist aber auch klar, dass Internet grosse fortschritt für Gehörlose und dort kann man viele Wissensniveau mithalten.“*<sup>125</sup>

Für die Forschungsfrage wertvoll ist überdies die Erkenntnis, daß 65% der gehörlosen User (siehe Frage 13) das Internet benutzen, um zu erfahren, was in

---

<sup>123</sup> Fragebogennummer 197 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>124</sup> Fragebogennummer 198 – siehe unter Anmerkungen im Anhang

<sup>125</sup> Fragebogennummer 209 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

ihrer näheren Umgebung passiert. *Über Ereignisse und Geschehen in der eigenen unmittelbaren Nähe informiert zu sein*, hat starke Auswirkungen auf die Beteiligung und folglich auf die Integration in die Gesellschaft. Denn über das Geschehen und die Ereignisse informiert zu sein, bedeutet mitreden zu können oder dorthin zu gehen, wo sich alle treffen etc. – eben aktiv dabei zu sein. Gerade der

Informationsaustausch mit den Freunden, dem Nachbarn oder den Arbeitskollegen ist besonders intensiv und hier die gleichen Chancen und Beteiligungsmöglichkeiten wie Hörende zu haben, bedeutet, am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen.

Neben den informativen Bedürfnissen des Menschen spricht das Internet zusätzlich die unterhaltenden an. Denn fast die Hälfte aller Befragten nutzt die Informationen aus dem Internet um ‚unterhalten zu werden‘ (45% – siehe Frage 15), d.h. der Freizeitaspekt des Internet darf nicht unterschätzt werden, wie es ein Gehörloser betont: *„Das Internet ist für mich in erster Linie ein Unterhaltungsmedium; wenn gerade Wahlen sind, informiere ich mich auch schon mal politisch oder über die Afghanen-Problematik.“*<sup>126</sup>

Hervorgehoben werden überdies die diversen Informationen für die Freizeitgestaltung auch speziell für gehörlose Menschen, so merkt eine der Befragten an, *„veranstaltungen für gehörlose werden im net bekannt gemacht“*<sup>127</sup> sowie im Unterhaltungsbereich die *„vielen Anregungen für meine Hobbies“*<sup>128</sup>, die durch die Suchmaschinen zu finden seien.

---

<sup>126</sup> Fragebogennummer 10 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>127</sup> Fragebogennummer 14 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>128</sup> Fragebogennummer 198 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

In Betracht gezogen werden die Suchmaschinen auch für gezielte Informationen, so *„werden bestimmte Informationen herausgesucht, die ich benötige“*<sup>129</sup> und um *„Hilfen [zu] finden, wenn ich sie brauche“*<sup>130</sup>. Es wird allerdings der Wunsch geäußert: *„spezielle Suchmaschine für Gehörlose ausbauen“*<sup>131</sup>.

Nutzungsmotive für das Internet sind demnach: Information, Wissen, Mitreden können (und Orientierung) sowie Unterhaltung. Wobei letztere Aspekte ebenso auf Informationen basieren. Oehmichen und Schröter schreiben, *„die Befriedigung der medienbezogenen Informationsinteressen dient auch immer der Unterhaltung, kann Spaß machen, Schaulust befriedigen, Genuss bereiten und Langeweile verbreiten“* (Oehmichen/Schröter 2001, S. 419).

Betrachtet man rückblickend Meyens (2001, S. 102) Aussage über die Gründe für die Informationsrezeption (vgl. S. 50), also *„das Gefühl informiert zu sein“*, *„die Sicherheit, nichts Wesentliches versäumt zu haben“* und *„das Wissen, die Welt stehe noch“*, kann hervorgehoben werden, daß durch das Internet für Gehörlose erstmals eine tatsächliche mediale Bedürfnisbefriedigung stattfindet.

Durch die Befriedigung des Informationsbedürfnisses werden auch die kommunikativen Probleme, mit denen Gehörlose täglich konfrontiert sind, abgebaut.

#### 4.4.3. Internet als Kommunikationsmittel

---

<sup>129</sup> Fragebogennummer 189 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>130</sup> Fragebogennummer 189 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>131</sup> Fragebogennummer 190 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

In den vergangenen Jahren hat sich die gesellschaftliche Kommunikation verändert. Das Internet ermöglicht durch seine vernetzten Kommunikationsstrukturen globale Kommunikationsmöglichkeiten, und die Verständigung sowie der Austausch zwischen den Menschen läuft heute immer mehr über computervermittelte Kommunikation ab.

Für gehörlose Menschen eröffnen sich hierdurch zwei Perspektiven: Als eine Minderheit, die häufig mit massiven Einschränkungen und Problemen im alltäglichen Leben konfrontiert ist, bedeutet die Aufhebung der räumlichen und zeitlichen Grenzen zwischen den Kommunikationspartnern erstens einen besseren

Austausch an Informationen und zweitens einen engeren Kontakt zu anderen Gehörlosen. *Bin echt froh das solches [=Internet] gibt. Ohne Internet kann ich es mir jetzt nie vorstellen. Z.B. auch über die anderen in Forum die Probleme austauschen und ratschläge holen und vieles mehr. Internet ist wertvolles mittel für gehörlose.*<sup>132</sup> Hypothese 6 (Gehörlose haben das Gefühl, das Internet ermöglicht eine einfachere Kommunikation mit anderen Gehörlosen) bestätigt, daß durch das Internet die Kommunikation mit anderen Gehörlosen einfacher geworden ist; denn 74,7% der befragten Gehörlosen sind dieser Meinung.

Einige der Gehörlosen trafen in der empirischen Umfrage die Aussage, es sei toll *durch das Internet Kontakte mit anderen Gehörlosen aus aller Welt knüpfen zu können*. Es ist nun die Chance gegeben – u.a. durch den „pluralistischen Informationsaustausch“ wie Fasching (1997, S. 66) es betont (vgl. S. 86), eine **virtuelle Gehörlosengemeinschaft** aufzubauen. Das der Weg in diese Richtung

---

<sup>132</sup> Fragebogennummer 214 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

schon längst eingeschlagen ist, zeigen die (internationalen) gehörlosen Websites und Foren. Die *Email-KONTAKTE im In- und Ausland* und *Foren für Erfahrungsaustausch*, hier insbesondere die *internationalen Gehörlosenforen*<sup>133</sup> werden bei den Vorteilen, die das Internet bietet, von Gehörlosen immer wieder aufgezählt.

Hier spielt ebenso der internationale Informationsaustausch eine Rolle: „*zu dem bekommt man schnell Infos über die Gl.-Welt [ = Gehörlosenwelt] was so alles passiert in den letzten Tagen, das war vor dem Internet undenkbar und hat ewig gedauert bis das so "durchsickert" !!!*“<sup>134</sup> Hervorgehoben werden von den Betroffenen im Internet generell die „*vielen Informationen speziell für Hörgeschädigte, die zum Teil wichtig [sind], um bestimmte Probleme zu lösen und* *Fragen* *beantwortet zu bekommen*“<sup>135</sup>. Die Zusammengehörigkeit der Sprach- und Kulturgemeinschaft wird durch die virtuelle Gehörlosengemeinschaft bzw. den Informations- und Kommunikationsaustausch gestärkt, Werte und Traditionen sowie Erfahrungen der diversen Gehörlosengemeinschaften werden integriert.

Das Internet bietet ein „beachtliches kommunikatives Potential“ (Kleinsteuber/Hagen 1998, S. 67) (vgl. hierzu auch S. 89ff.). Die Erhebung zur Nutzung der Internetdienste zeigt, daß fast alle (96,2%) befragten Gehörlosen den Email-Service in Anspruch nehmen, 38,8% chatten gerne, 31,2% kommunizieren via ICQ und immerhin noch 20% beteiligen sich an Newsgroups. Diese neuen Kommunikationsformen sind gerade für Gehörlose ein sinnvoller Ersatz für das

---

<sup>133</sup> Vgl. u.a. Fragebogennummer 189 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>134</sup> Fragebogennummer 48 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>135</sup> Fragebogennummer 198 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

Telefon oder den langen Briefweg. Denn „*besonders mit E-Mail Neues erfahren*“<sup>136</sup> wird von vielen Gehörlosen immer wieder betont.

Garantiert ist nun auch für gehörlose Menschen **eigenständiges, intensives und schnelles Kommunizieren** – denn u.a. erübrigen Messenger Programme wie ICQ den Dolmetscher beim Telefonieren. Chats (und Newsgroups) ermöglichen – wie hinlänglich im theoretischen Teil der Arbeit analysiert wurde – soziale, interaktive Kommunikation in Echtzeit und ähneln „eher gemütlichen Zusammenkünften in der Stammkneipe. Was nicht abwertend gemeint ist. Auch die Stammkneipe trägt zur Lebensqualität bei.“ (Taubenschlag 2002g) Denn über Gespräche und den Austausch mit anderen findet Integration in die Gemeinschaft statt. Ferner ist es im "*Chat leichter mit den Freundinnen zu plaudern als sich hin und her zu faxen*"<sup>137</sup>. Die neuen Kommunikationswege führen bei Gehörlosen ebenso zu einem regeren Kommunikationsaustausch, d.h. vermehrter Kommunikation, denn wie oft schickt man schon stundenlang Faxe hin und her oder telefoniert mit einem Dolmetscher.

Die Umfrageteilnehmer nahmen hier u.a. auf die Kommunikationsbarrieren Bezug, die durch die Informationen aus dem Internet aus dem Weg geschafft werden und mehr Selbständigkeit bringen. Bereits in Kapitel 3.6.3. wurde dieser Aspekt bei den Vorteilen des WWW hervorgehoben (vgl. S. 88). Wege wie der Kauf einer Fahrkarte, die Hörende durch das Telefon schnell und einfach erledigen, waren für Gehörlose immer aufwendiger und teilweise mit massiven Problemen behaftet. Das Internet übernimmt diesen Weg: „*Bestellungen durch Internet ist*

---

<sup>136</sup> Fragebogennummer 187 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>137</sup> Vgl. Fragebogennummer 72 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

*gut, z.B. Ticket für eine Veranstaltung –Auskunft ist auch gut, z.B. Bahnverbindung durch Deutsche Bahn.“<sup>138</sup>*

Aus der Perspektive des gehörlosen Individuums wird mittels des Internet die Möglichkeit geschaffen, mit anderen Gehörlosen und Hörenden unter Verwendung der Schriftsprache zu kommunizieren und damit Kommunikationsbarrieren abzubauen.

*Besonders wichtig für mich sind die Foren ([www.gehoerlose.de](http://www.gehoerlose.de), [www.taubenschlag.de](http://www.taubenschlag.de)–Foren, [www.lbmagazin.de](http://www.lbmagazin.de)–Forum, [www.gl-forum.de](http://www.gl-forum.de)–Forum "Computer–Ecke" usw.) Denn da kann ich mit Gehörlosen/Hörgeschädigten plaudern und den Alltag als sinnvoll sehen, besonders wenn ich in der Firma bin (Brauche ich zur Motivation des Arbeitens).<sup>139</sup>*

Die vermehrten Interaktionsmöglichkeiten durch die Dienste des Internet wirken sich ebenfalls äußerst positiv auf die Kommunikation mit Hörenden, d.h. zwischen Gehörlosen und Hörenden aus. 70% der Umfrageteilnehmer sind der Auffassung, durch das Internet mehr Kontakte zu Hörenden knüpfen zu können und stimmen damit der Hypothese 7 (Gehörlose haben das Gefühl, durch das Internet mehr Kontakte zu Hörenden zu haben als bisher) zu. Hervorgehoben werden von den befragten Gehörlosen die „*spontanen chats im icq unter gehörlosen und hörenden ohne kontaktanzeigen*“<sup>140</sup> – zu erkennen ist also, daß hier ein weitaus besserer und effektiverer Weg zur Integration von Hörenden und Gehörlosen gefunden wurde. „*Kontakte mit Hörenden ist verbessert worden, das ist wichtig, auch um unabhängiger zu sein (kein Dolmetscher, Hörende müssen nicht mehr für mich am Telefon übersetzen)*“<sup>141</sup>, schreibt einer der Befragten.

---

<sup>138</sup> Fragebogennummer 198; vgl. auch Fragebogennummer 189 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>139</sup> Fragebogennummer 22 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>140</sup> Fragebogennummer 14 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>141</sup> Fragebogennummer 198 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

Die früher weitaus erschwerten Kommunikationsverhältnisse zwischen gehörlosen und hörenden Menschen werden durch das Internet als einmalige Kommunikationsplattform gelöst und die Kommunikationskompetenzen zwischen Gehörlosen sowie zwischen ihnen und Hörenden werden enorm gesteigert. Die alltägliche, notwendige Kommunikation der Gehörlosen verbessert sich und der Erfolg kann allein darin gesehen werden, daß nun gehörlose und hörende Menschen miteinander besser und vermehrt kommunizieren können.

Die Veränderungen und Verbesserungen für Gehörlose durch und mit dem Internet beziehen sich allerdings nicht nur auf den Kommunikationsprozeß an sich, sondern ebenso auf dessen Inhalte. Denn die Gesellschaft wird durch die gemeinsamen Erfahrungen und Erkenntnisse zusammengehalten, die wiederum über die Medien vermittelt werden, denn diese sind u.a. Gesprächsstoff. Um so

geringer die gemeinsamen medialen Erfahrungen sind, um so weniger Austausch findet zwischen den Mitgliedern einer Gesellschaft statt. Gerade heute, wo praktisch jeder Mensch auf Medienkommunikation angewiesen ist und diese zur Organisation oder gegebenenfalls auch zur Destabilisierung der Gesellschaft beitragen kann, ist es wichtig, daß die Chancen zur Mediennutzung soweit wie möglich für alle Teilnehmer der Gesellschaft die gleichen sind.

Mit anderen Worten: Die Kommunikationskompetenz der Gehörlosen wird durch die Informationen aus dem WWW gefördert, da diese erstmals vollständig zugänglich sind: so sind es immerhin 48,8% der befragten Gehörlosen, die die Informationen nutzen ‚um mit anderen plaudern zu können‘ und für 41,2% gilt es ‚allgemeinen Gesprächsstoff zu bekommen‘.

Zum anderen müssen bei dieser ‚Wechselbeziehung‘ zwischen Information und Kommunikation der Zweck und die Gründe der Internetnutzung allgemein beachtet werden: Die Mehrheit der befragten Gehörlosen, immerhin 68%, nutzt das Internet, ‚weil ich dann besser mitreden kann‘. 73,4% nutzen das Internet, weil ich mehr über andere Menschen erfahre‘. Auch letzterer Aspekt spielt bei der Kommunikationskompetenz und -fähigkeit eine Rolle, denn hierdurch ist dem einzelnen bewußter, wem er in einem Kommunikationsprozeß gegenüber steht, aber natürlich auch, über wen jeder redet.

Oehmichen und Schröter (2001, S. 411) bemerken hierzu,

„bezogen auf das Internet beinhaltet ‚Mitreden können‘ mindesten zweierlei: einerseits im wörtlichen Sinn die interaktiven und kommunikativen Seiten des Mediums, andererseits die Informations- und Orientierungsleistungen des Mediums selbst, die (insbesondere bei der Tageszeitung) die Voraussetzung dafür schaffen, mitreden zu können. (...) Information, geistige Anregung und Orientierung als wichtige Nutzungsfunktionen und -Motive des Internets hängen zusammen.“

Informationen aus dem WWW rezipiert die Mehrheit der Gehörlosen, um mit anderen Gehörlosen und Hörenden darüber zu sprechen – 63,3% der Befragten stimmten dieser Aussage zu.

Die Faktoren ‚Gesprächsstoff bekommen‘, ‚mit anderen plaudern‘, ‚besser mitreden können‘ etc. sind Indizien für die Integrationsfunktion die vom Internet ausgeht. Hier kommt das Stichwort ‚Medienkommunikation‘ (vgl. S. 41) zum Tragen, d.h. die Menschen kommunizieren mehr und mehr durch die Medien, aber auch über die Medien. Die Kommunikationsdienste des Internet befriedigen im Falle der Gehörlosen das menschliche Grundbedürfnis zu kommunizieren und sich mit anderen auszutauschen besser als jedes andere Medium. Denn im WWW können die Themen, die die Massenmedien für die gesamtgesellschaftliche Kommunikation bereitstellen, rezipiert werden. (vgl. S. 46ff.)

Für den Aspekt der *Integration der Gehörlosen in die Gesellschaft* sind diese Ausführungen von hoher Bedeutung, denn sie zeigen, daß die Kommunikation über das Internet selbstverständlich geworden ist und Gehörlosen und Hörenden hierdurch bessere Chancen und Möglichkeiten gegeben sind, aufeinander zuzugehen und miteinander zu kommunizieren.

„Von den Individuen bis zur Weltgesellschaft reicht der Funktionsradius von Mediensystemen, wobei diese in der Moderne mehr und mehr das kommunikations-technische Maximum annähern, daß jedermann jederzeit mit jedermann über alles kommunizieren kann“, soweit Saxer (1999, S. 6).

Durch das Internet kann dieses „kommunikationstechnische Maximum“ erzielt werden und der in dieser neuen Kommunikationssituation liegende Vorteil ist speziell für Gehörlose hervorzuheben, denn die Lebensqualität wird hierdurch enorm gesteigert.

#### 4.4.4. Schwierigkeiten der Internetnutzung

Aufgrund der theoretischen Erkenntnisse sowie der Ergebnisse der Umfrage ist der positive Einfluß und die Bereicherung des Internet auf das Leben der Gehörlosen eindeutig. Insbesondere aus der Umfrage geht die Begeisterung für das Internet hervor. Es gibt jedoch immer wieder zwei negative Konsequenzen<sup>142</sup>, die angesprochen werden: Zum einen ist dies der Aspekt der Vereinsamung und zum anderen das Problem der Schriftsprachkompetenz.

*„Leider gibt es viele Gehörlosen, die durch chatten mehr Isolation entstehen, d.h. zuwenig selbstbewusst sein zur aussen, da bin ich halt dagegen mit dem Internet, aber mein Bereich muss ich leider tun, denn ich studiere ja als techn. Informatik. Ich mache net aus langweilig!!!“<sup>143</sup>* Diese Perspektive wird von vielen Gehörlosen allerdings auch anders gesehen, denn sie sind der Meinung, dies treffe eher auf die Situation der Hörenden zu. Für sie würde das Internet nicht zur Vereinsamung führen, sondern ein Tor zur Welt öffnen, denn es ermögliche nicht nur den nahen Kontakt, sondern internationale Verständigung.

Die vorliegende Arbeit diskutiert u.a. die mangelnden schriftsprachlichen Kenntnisse bzw. Kompetenzen vieler Gehörloser, durch die eine *allgemeine* Nutzung des Internet oft schwierig sowie anstrengend für den User werden kann: *„Ich bin noch etwas altmodisch, aber ich denke Internet ist eindeutig Zukunft für Gehörlose!! Allerdings müßten die Gehörlosen bessere Schriftsprache beherrschen, als jetzt!! Sonst sind die Informationen aus dem Internet irgendwie*

---

<sup>142</sup> An dieser Stelle soll nicht behauptet werden, dies seien die einzigen Nachteile der Internetnutzung. Doch sind es die Probleme, die des öfteren erwähnt werden.

<sup>143</sup> Fragebogennummer 209 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

*unbrauchbar, oder??*<sup>144</sup> In diesem Kontext sollte auch noch einmal das Problem der unterschiedlichen *Gruppen* unter den Gehörlosen beachtet werden, daß eben nicht alle die Fähigkeit besitzen das Internet problemlos bzw. teilweise überhaupt zu nutzen.<sup>145</sup> So schrieb ein gehörloser Webmaster ([www.deaftec.de](http://www.deaftec.de)), *„jedoch muß man auch bestimmte Leistungsgruppen der Gehörlosen mit der Sprache beachten! Ich habe mittlere Reife bei Fachschule erworben!“*<sup>146</sup> Ein Hindernis kann ebenso die Sprache sein und hierbei insbesondere, daß die Inhalte, Anweisungen und Funktionen im Web zumeist in Englisch sind. *„Viel Informationen schwer mit englisch, manchmal auch schweres deutsch.“*<sup>147</sup> Und auch folgender Kommentar zeigt, daß dieses Problem auftauchen kann:

*„Ich spreche immer "Computer", es heisst aber "Compjuder", die englischen Begriffe sind mir total fremd, warum ist da alles (d)englisch??? Wir wissen ja nicht einmal, wie man die einzelnen Wörter richtig ausspricht und dann werden wir auch noch ausgelacht!!!“*<sup>148</sup>

Zurückgewiesen werden negative Äußerungen vom Großteil der Gehörlosengemeinschaft mit Aussagen wie dieser: Die „Frage nach dem Sinn des Computer- und Interneteinsatzes mag berechtigt sein – bei Hörenden! Für Hörgeschädigte wird sich diese Sinnfrage NIE stellen. Zu groß ist der Nutzen, den sie aus dem Internet ziehen“ (Taubenschlag 2002g).

---

<sup>144</sup> Fragebogennummer 224 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>145</sup> Siehe dazu Kap. 2.4.2.

<sup>146</sup> Fragebogennummer 66 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>147</sup> Fragebogennummer 231 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

<sup>148</sup> Fragebogennummer 18 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

#### 4.4.5. Integration durch das Internet

Auf der Basis der theoretischen Erkenntnisse wurde bereits davon ausgegangen, daß der allgemeingültigen Aussage, daß „das Fernsehen das wichtigste Medium für Gehörlose ist“ nicht mehr (voll und ganz) zugestimmt werden kann. Es muß mittlerweile heißen, daß „das Internet das wichtigste *Medium* für Gehörlose ist“ – diese Position wird von den vorliegenden empirischen Daten<sup>149</sup> unterstützt.<sup>150</sup> Denn das Internet ist die zentrale Informationsquelle und alltäglicher Bestandteil der Mediennutzung.

Denn die Einzelmedien des Internet sind ein ‚*gleichwertiges Medium*‘ für Gehörlose und Hörende in bezug auf Rezeption bzw. Nutzung und Einsatz. Des weiteren ersetzen sie viele Funktionen anderer Medien für gehörlose Menschen.

Die individuelle Bedürfnisbefriedigung, die aufgrund der Hörschädigung nicht immer erfolgt, kann durch das Internet kompensiert werden. Hierbei geht es erstens, um die allgemeine mediale Bedürfnisbefriedigung und zweitens, um diejenige, die über den Kontakt zur Gesellschaft erfolgt; denn durch die Internetdienste werden erheblich bessere Kontaktmöglichkeiten geboten.

Insbesondere sind hier die Befriedigung des Informationsbedürfnisses und die des Integrationsbedürfnisses angesprochen. Betrachtet man die Situation der Gehörlosen, kann angenommen werden, daß für gehörlose Menschen das Bedürfnis nach wirklicher, ausführlicher Informiertheit und das nach sozialer Integration verstärkt besteht. Hypothese 8 bestätigt, daß durch die Informationen

---

<sup>149</sup> Vgl. insbesondere die Erkenntnisse unter Hypothese 5.

<sup>150</sup> Prozentual gesehen, werden wahrscheinlich immer noch mehr Hörgeschädigte einen Fernseher haben als die, die das Internet nutzen. Doch mittlerweile wird die Internetnutzung in den diversen Vereinen für Hörgeschädigte gefördert; bsp. gibt es Computer-/Internetkurse für Senioren etc. Außerdem bezieht sich das Wort ‚wichtig‘ auf den Stellenwert und nicht auf die Größe bzw. Verbreitung.

aus dem Internet Gehörlosen eine Möglichkeit gegeben wird, sich aktiver an den Gesprächen und Geschehnissen in der Gesellschaft zu beteiligen. Immerhin stimmt die Mehrheit der Befragten (50,5%) dieser Aussage zu.

*„wenn man bedenkt, wie viele gehörlose noch vor 10 Jahren isoliert waren, weil einige noch nicht mal des Lesens und Schreibens fähig waren, erkennt man den enormen Unterschied des intellektuellen Standes der Gehörlosen insbesondere in den Websites, die speziell für Gehörlose eingerichtet wurden. Ich möchte nicht sagen, dass Gehörlose früher "dumm" waren, aber sie waren einfach weniger "wissend". Auch die Telekommunikation mit den Netzen ist für uns unentbehrlich geworden; SMS schicken zu können, zudem an fast jeden Menschen, gibt uns für uns ungewohnte Unabhängigkeit: wir müssen kaum jemanden mehr bitten, für uns am Telefon zu Dolmetschen. Ferner die neuen Videos, sogenannte DVDs haben fast alle Untertitel, ein Luxus für uns! Man könnte fast meinen, dass all dieser High Tech speziell für uns Gehörlose angefertigt wurde. Um so schöner ist es, dass er eigentlich für alle Menschen gedacht ist und somit viele Barrieren sich in nichts auflösen.“<sup>151</sup>*

Integration kann selbstverständlich nur im sozialen Prozeß erzielt werden, doch durch das Internet ist der Integrationsvorgang gegeben. Denn durch das Aufgreifen von lebensnahen, den Erfahrungen und Erlebnissen der Internet-User betreffende Themen, trägt das Internet zur Orientierung und zum Gespräch in der Gesellschaft bei.

---

<sup>151</sup> Fragebogennummer 256 – siehe unter Anmerkungen im Anhang.

## 5. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Die vorliegende Arbeit soll auf die Situation der Gehörlosen in der Gesellschaft aufmerksam machen, d.h. wie gehen sie mit den Medien um, die heute ein integraler Bestandteil des Lebens sind und wie sind sie in die Gesellschaft integriert. Des weiteren ging es darum, beispielhaft aufzuzeigen, was (einzelne) Medien für Minderheiten ermöglichen können – besonders im Bezug auf die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien.

*„Der schnelle Fortschritt auf dem Gebiet Kommunikations- u. Informationstechnologie hat auch auf das Leben Gehörloser den stärksten Effekt hervorgebracht. Die Verwendung von Kommunikationsmitteln, Handys, Textkommunikation mittels Schreibtelefon und E-Mail haben die Interaktionsmöglichkeiten für alle revolutioniert. Überall wird die simultane Verwendung von Text, Bildern und sich bewegenden Figuren (z.B. in Video-Telefonen) die Möglichkeiten der Gehörlosen immer mehr verbessern. Um die Marginalisierung von Gehörlosen in der Informationsgesellschaft zu vermeiden, muss diese besonders in Verbesserung des Status der Gebärdensprache – die natürliche und eigene Sprache der Gehörlosen in Grundausbildung und in Frühförderung von Sprach- und Interaktionsfertigkeiten investieren. Gehörlose beherrschen auf kreative Weise die Anwendung von Informations- und Kommunikationstechnologien in wesentlichen Interessensbereichen der Gehörlosen, sodass sich die Lebensqualität verbessern wird. Information und Interaktion werden durch visuelle Kommunikation ermöglicht, gebärdensprachunterstützende Dienste ausgebaut. Auch die weltweite Interaktion und Kooperation wächst weiter in allen Bereichen zwischen den Gehörlosenorganisationen ob national oder international (u.a. mit dem Weltverband der Gehörlosen WFD und der Europäischen Union der Gehörlosen EUD). Die Zusammenarbeit zwischen diesen Organisationen ist aus der Sicht des Österreichischen Gehörlosenbundes sehr gut. Die schneller werdende Datenfernübertragung bietet mehr Entfaltung zur Kommunikation, was uns auch wiederum mehr Möglichkeiten eröffnet.“<sup>152</sup>*

## Zusammenfassung

Den Ausgangspunkt der vorliegenden Arbeit bildete die Frage, ob **das Internet die Integration der Gehörlosen in die Gesellschaft fördert.**

Eine generelle Erkenntnis sticht aufgrund der Ausführungen ins Auge: Die Informations- und Kommunikationssituation der Gehörlosen hat sich seit dem Internet erheblich verbessert. Dadurch bietet das Internet große Chancen zur Integration in die hörende Welt, aber auch, wie die Ergebnisse der empirischen Untersuchung zeigen, eine bessere Verständigung innerhalb der Gehörlosengemeinschaft.

Ein Grund für die Nutzung des WWW von seiten der Gehörlosen ist die einfache und ‚vollständige‘ Informationsaufnahme, die durch die traditionellen Medien so nicht gegeben ist. Dies ermöglicht zum einen ein besseres ‚Kommunikationsfundament‘ bei Gesprächen mit Menschen in ihrer unmittelbaren Umgebung wie Nachbarn oder Arbeitskollegen, zum anderen einen weltumspannenden Informationsaustausch mit Gehörlosen (und Hörenden).

Besser informiert zu sein verändert bis zu einem gewissen Grad die Partizipationsmöglichkeiten der Gehörlosen am sozialen Leben, denn man kann mit den anderen kommunizieren – man kann intensiver ‚mitreden‘. Dies ist insgesamt gesehen eine Bereicherung des gesellschaftlichen Zusammenlebens. Besser informiert zu sein bedeutet in diesem Sinne jedoch auch, die diversen Sicht- und Denkweisen, Normen und Werte sowie Erfahrungen in der Gesellschaft

---

<sup>152</sup> Ing. Lukas Huber, Generalsekretär des Österreichischen Gehörlosenbundes. Fragebogennummer 188 – siehe

besser zu kennen sowie zu verstehen und somit können sich gehörlose Menschen besser in ihrer Umwelt orientieren.

Durch das Internet als Informationsplattform werden Kommunikationsbarrieren abgebaut. Das Internet dient allerdings auch als Kommunikationsmittel durch die vielen Internetdienste. Computervermittelte Kommunikation ermöglicht Kontakte aufzunehmen und mit anderen zu interagieren. Der offene Kommunikationsraum (Interaktivität) läßt Kommunikationsbeziehungen zu Hörenden sowie anderen Hörgeschädigten leichter knüpfen. Ein ständiger Interaktionsprozeß zwischen Hörenden und Hörgeschädigten ist somit nicht mehr ausgeschlossen.

Wie kein anderes Medium können die Einzelmedien des Internet im speziellen für Gehörlose als ‚Integrationsmedien‘ gesehen werden. Sie machen eine neue Art der Mediennutzung für gehörlose Menschen denkbar und tragen enorm zur Erhöhung der Lebensqualität bei. Integration durch die Massenmedien kann natürlich nicht als selbständig ablaufender Prozeß gesehen werden, denn welches Potential ein jeder aus den Möglichkeiten, die das Internet zur Integration bereitstellt schöpft, bleibt jedem selbst überlassen.

### **Ausblick und Visionen**

Die Informations-, Kommunikations- und Bildungsmöglichkeiten für Gehörlose waren noch nie so angebotsreich wie heute. Die vorliegende Arbeit – insbesondere die empirische Untersuchung – zeigt, daß das Internet Informations- und Kommunikationsmedien hervorbringt, die neue Chancen zur gesellschaftlichen Integration und zur Lebensgestaltung bieten und zwar mehr als

jedes andere Medium und damit eine Verbesserung der Lebenssituation von Gehörlosen herbeiführen.

Das Internet hat die Gehörlosen bereits international zusammengeführt – was weder durch das Fernsehen noch durch die Zeitung möglich ist und auch gehörlose und hörende Menschen finden immer mehr ihren gemeinsamen Weg mit und über das interaktive Netzwerk.

Der Einsatzbereich des Internet für Gehörlose wächst mit den Fortschritten, die im Internet stattfinden: Die aus der Medienbranche kommenden Prognosen über *Fernsehen im Internet* würden erhebliche Vorteile für Gehörlose bringen. Fernsehinhalte sollen dann nicht einfach 1:1 übertragen werden, statt dessen glaubt man, wird sich eine große Anzahl von TV-Stationen um stark eingegrenzte Zielgruppen bemühen. Eine dieser Zielgruppen könnten die Gehörlosen sein. Der deutsche Internet-Sender tv1 ([www.tv1.de](http://www.tv1.de)) bietet schon jetzt einfach zu bedienendes Internet-TV und ist ein einmaliges zusätzliches Informationsmedium.

Websites sollten stärker die Möglichkeit des Video on demand mit einbeziehen – wie dies bsp. auf [www.tagesschau.de](http://www.tagesschau.de) zu finden ist und auch Bilder, Zeichnungen und Graphiken erhöhen die Rezipierbarkeit für Gehörlose. Wichtig ist, daß die Chancen der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien für Gehörlose möglich gemacht werden u.a. durch die Steigerung von Internet-Kursangeboten speziell für Gehörlose. Denn ein Hindernis an der Internetnutzung ist häufig das geforderte hohe Maß an technischem Können, um sich problemlos im Internet zurechtzufinden. Verstärkt kann das Internet zur Verbesserung des Bildungsstandes Gehörloser eingesetzt werden – im Durchschnitt liegt dieser

unter dem von Hörenden. Kompensationsmöglichkeiten können Hörgeschädigten-Lernsoftware oder spezielle ‚Bildungs-Websites‘ für Hörgeschädigte sein. Das Internet sollte zukünftig mehr in die Medienerziehung der Gehörlosen einbezogen werden, denn vor allem dadurch kann die Medienkompetenz gefördert werden.

Gehörlose und Hörende müssen gemeinsam an der Schaffung von gehörlosengerechten Medien arbeiten und so das mediale Informations- und Kommunikationsangebot erweitern. Sichergestellt werden muß die Beteiligung aller an der neuen Medienwelt, denn dies wird letztlich die Integration zwischen Gehörlosen und Hörenden sowie die gesellschaftliche Gleichstellung fördern und verstärkt eine ‚neue gemeinsame Kultur‘ schaffen. Niemand weiß wie die Zukunft aussieht, doch das *Netz sind Wir!*

## LITERATUR

**Adam, Heidemarie** (1996); Mit Gebärden und Bildsymbolen kommunizieren. Voraussetzungen und Möglichkeiten der Kommunikation von Menschen mit geistiger Behinderung. 2. Auflage. Würzburg: Ed. Bentheim

**Atteslander, Peter** (1995); Methoden der empirischen Sozialforschung. 8., bearb. Auflage. Berlin; New York: de Gruyter

**Bergermann, Ulrike** (1997); Nimm auf das Bündel. Gehörlosigkeit und das Internet. In: Das Zeichen 11/1997, S. 376–384

**Brader, Alfred** (1988); Bildung für gehörlose Menschen – eine radikale Herausforderung an die Pädagogik? Wien: Univ., Dipl.–Arb.

**Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friederike** (2001); Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH

**Burghofer, Birgitt** (1995); Zur Situation gehörloser Menschen in Österreich. Linz: Univ., Diss.

**Burkart, Roland** (1999); Was ist eigentlich ein „Medium“? Überlegungen zu einem kommunikationswissenschaftlichen Medienbegriff angesichts der Konvergenzdebatte. In: Latzer/Maier-Rabler/Siegert/Steinmaurer (Hrsg.) 1999, S. 61–71

**Burkart, Roland** (2002); Kommunikationswissenschaft Grundlagen und Problemfelder. Stuttgart: UTB

**Dahinden, Urs** (2001); Das Internet als Untersuchungsgegenstand der Publizistikwissenschaft. In: Jarren/Bonfadelli (Hrsg.) 2001, S. 461–485

**Diekmann, Andreas** (1996); Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 2., durchgesehene Auflage. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH

**Diller, Gottfried**; Kommunikationssysteme und Lerntheorien – Bezugssysteme für die Hörgeschädigtenpädagogik. In: Hörgeschädigtenpädagogik (Hörpäd ) 3/1988, S. 165–172

**Dobal, Raoul/Werner, Andreas** (1997); Das World Wide Web aus funktionalistischer Sicht. In: Ludes/Werner (Hrsg.) 1997, S. 105–122

**Donsbach, Wolfgang** (1998); Mediennutzung in der Informationsgesellschaft. In: Mahle (Hrsg.) 1998, S. 25–36

**Ebbinghaus, Horst/Heßmann, Jens** (1989); Gehörlose, Gebärdensprache, Dolmetschen. Hamburg: Signum-Verlag

**Fabris, Hans Heinz/Hummel, Roman/Renger, Rudi/Zimmermann, Astrid** (Hrsg.) (1999); Journalismus in der Informationsgesellschaft. Antworten aus Theorie und Praxis. Innsbruck; Wien: Studien-Verl.

**Fasching, Thomas** (1997); Internet und Pädagogik. München: KoPäd Verlag

**Friedlaender, Felix** (1999); Online-Medien als neues Instrument der Öffentlichkeitsarbeit. Eine empirische Untersuchung zur Beurteilung der Integration von Online-Medien in das Instrumentarium der externen Öffentlichkeitsarbeit. Münster: Univ., Diss.

**Fuxa, Karin** (2001); Gottes vergessene Kinder – Eine Studie zur Kommunikation hörgeschädigter Menschen. Unter besonderer Berücksichtigung der Mediennutzung dieser Personengruppe. Wien: Univ., Dipl.–Arb.

**Gotthardt–Pfeiff, Ulrike** (1991); Gehörlosigkeit in Ehe und Familie: Beziehungs- und Umgangsformen kommunikativ Behinderter. Villingen–Schwenningen: Neckar–Verlag.

**Haas, Hannes** (Hrsg.) (1990); Mediensysteme. Struktur und Organisation der Massenmedien in deutschsprachigen Demokratien. Studienbücher zu Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (hrsg. v. W.R. Langenbacher), Bd. 3. 2., geänderte Auflage. Wien: Braumüller

**Hagen, Lutz M.** (Hrsg.) (1998); Online–Medien als Quellen politischer Information. Empirische Untersuchungen zur Nutzung von Internet und Online–Diensten. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH

**Hillmann, Karl–Heinz** (1994); Wörterbuch der Soziologie. 4., überarbeitet und ergänzte Auflage. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag, Stichwort „Kommunikation“

**Huber, Nicole** (1999); Kommunikationsprobleme von Gehörlosen und Hörenden: eine vergleichende Untersuchung. Wien: Univ., Dipl.–Arb.

**Institut für Übersetzer- und Dolmetscherbildung** (Abteilung für Gebärdensprache & Gehörlosenkultur) (Hrsg.) (1999); „reden wir“– Informationsfolder über Kommunikation mit Gehörlosen. Graz

- Jäckel, Michael** (1995); Interaktion. Soziologische Anmerkungen zu einem Begriff. In: Rundfunk und Fernsehen 4/1995, S. 463–476. Wiederabgedruckt in: Langenbucher (Hrsg.) 1997, S. 91–103
- Jarren, Ottfried** (2000); Gesellschaftliche Integration durch Medien? Zur Begründung normativer Anforderungen an Medien. In: Medien & Kommunikation, 1/2000, S. 22–41
- Jarren, Ottfried/Bonfadelli, Heinz** (Hrsg.) (2001); Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern; Stuttgart; Wien: Haupt
- Jarren, Ottfried** (2001); Medien als Organisationen – Medien als soziale Systeme. In: Jarren/Bonfadelli (Hrsg.) 2001, S. 137–160
- Karmasin, Fritz** (1993); Markt- und Meinungsforschung I. Wien: WUV-Universitätsverlag
- Kepplinger, Hans Mathias** (1992); Ereignismanagement: Wirklichkeit und Massenmedien. Zürich: Edition Interfrom; Osnabrück: Fromm
- Kleinsteuber, Hans J./ Hagen, Martin** (1998); Interaktivität – Verheißung der Kommunikationstheorie und das Netz. In: Neverla (Hrsg.) 1998, S. 63–87
- Klotz, Stefan** (1998); Vergessene Zielgruppe des Internets? Gehörlose und Internet – Analyse der Bedürfnisse einer Zielgruppe und Schlußfolgerungen am Beispiel Berlins. Potsdam
- Kocher, Ursula** (1999); Gehörlose und die audiovisuellen Medien. Gebärdendolmetschen im Fernsehen. Graz: Univ., Dipl.–Arb.
- Koller, Ingo** (1999); Die Inform@tionsgesellschaft. Graz: Univ., Dipl.–Arb.

**Kombüchen, Stefan** (1999); Von der Erlebnisgesellschaft zur Mediengesellschaft: Die Evolution der Kommunikation und ihre Folgen für den sozialen Wandel. Münster: LIT

**Krotz, Friedrich** (1998); Digitalisierte Medienkommunikation: Veränderungen interpersonaler und öffentlicher Kommunikation. In: Neverla (Hrsg.) 1998, S. 113–135

**Kubicek, H./ Schmid, U./ Wagner, H.** (1997); Bürgerinformation durch "neue" Medien? Analysen und Fallstudien zur Etablierung elektronischer Informationssysteme im Alltag. Opladen: Westdeutscher Verlag

**Kunczik, Michael** (2001); Publizistik; ein Studienhandbuch / Michael Kunczik; Astrid Zipfel. Köln; Weimar; Wien: Böhlau

**Langenbacher, Wolfgang/ Gottschlich, Maximilian** (Hrsg.) (1997); Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Textbuch zur Einführung. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Band 1. Wien: Braumüller

**Latzer, Michael/Maier-Rabler, Ursula/Siegert, Gabriele/ Steinmaurer, Thomas** (Hrsg.) (1999); Die Zukunft der Kommunikation: Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft. Innsbruck; Wien: Studien-Verl.

**Leonhard, Joachim Felix/Ludwig, Hans-Werner/Schwarze, Dietrich/Straßner, Erich** (Hrsg.) (1999); Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. 1. Teilband. Berlin; New York: Walter de Gruyter

**Lexikonredaktion des Bibliographischen Instituts** (1966); Das Große Duden-Lexikon. Mannheim: Stichwort „Kultur“

**Lorenz-Meyer, Lorenz** (1999); Online-Journalismus. In: Fabris/Hummel/Renger/Zimmermann (Hrsg.) 1999, S. 23–30

**Ludes, Peter/Werner, Andreas** (Hrsg.) (1997); Multimedia-Kommunikation: Theorien, Trends und Praxis. Opladen: Westdeutscher Verlag

**Luhmann, Niklas** (1984); Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie.

**Luhmann, Niklas** (1996); Die Realität der Massenmedien. 2., erweiterte Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag

**Mahle, Walter A.** (Hrsg.) (1998); Band 42. Tagungsbericht über das Dreizehnte Wissenschaftliche Gespräch am 9. und 10. Dezember 1997 in Boppard, Bundesakademie für öffentl. Verwaltung. Konstanz: UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH

**Maletzke, Gerhard** (1980); Integration - eine gesellschaftliche Funktion der Massenkommunikation. In: Publizistik 2-3/1980, S. 199–206. Wiederabgedruckt in: Haas (Hrsg.) 1990, S. 165–172

**Maletzke, Gerhard** (1963); Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg

**McQuail, Denis** (2000); McQuail's Mass Communication Theory. 4<sup>th</sup> Edition. London; Thousand Oaks; New Delhi: SAGE Publications

**Meyen, Michael** (2001); Mediennutzung: Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft

**Müller, Andrea** (1986); Gehörlose und Teletext. Die Rezipierbarkeit von Untertiteln für Gehörlose. Wien: Univ., Diss.

**Neumann, W.R.** (1991); *The Future of the Mass Audience*. Cambridge: Cambridge University Press

**Neverla, Irene** (Hrsg.) (1998); *Das Netz-Medium. Kommunikationswissenschaftliche Aspekte eines Mediums in Entwicklung*. Opladen: Westdeutscher Verlag

**Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen** (Hrsg.) (1997); *Das Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Aktualisierte, vollständig überarbeitete Neuauflage*. Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch Verlag GmbH

**Noelle-Neumann, Elisabeth** (1997a); *Öffentliche Meinung*. In: Noelle-Neumann/Schulz/Wilke (Hrsg.) 1997, S. 366–382

**Nuissl, Ekkehard** (1975); *Massenmedien im System bürgerlicher Herrschaft*. Berlin

**Oehmichen, Ekkehardt/Schröter, Christian** (2001); *Information: Stellenwert des Internet im Kontext klassischer Medien*. *Mediaperspektiven* 8/2001, S. 410 – 421

**Pape, Martin** (1997); *Wörterbuch der Kommunikation: Geschichte, Technik, Medien, Sprache, Gesellschaft, Kultur*. Neuwied; Kriftel/Ts.; Berlin: Luchterhand

**Postman, Neil** (2000); *Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*. 13. Auflage. Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch Verlag GmbH

**Ronneberger, Franz** (1971); *Funktion des Systems Massenkommunikation*. In: Ronneberger; *Sozialisation durch Massenkommunikation*, in: ders. (Hrsg.); *Sozialisation durch Massenkommunikation. Der Mensch als soziales und personales Wesen*. Bd. IV, Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag 1971, S. 48–53. Wiederabgedruckt in: Haas (Hrsg.) 1990, S. 158–164

**Rössler, Patrick/ Wirth, Werner (Hrsg.) (1999);** Glaubwürdigkeit im Internet: Fragestellungen, Modelle, empirische Befunde. München: Fischer

**Rott, Manfred (1997);** Die globale Entwicklung der Neuen Medien und deren Implikationen für die Werbung. Internet, kommerzielle Onlinedienste und interaktives Fernsehen als Werbeträger. Innsbruck: Univ., Dipl.–Arb.

**Ruoß, Manfred (1994);** Kommunikation Gehörloser. Bern; Göttingen; Toronto; Seattle: Verlag Hans Huber

**Sacks, Oliver (2001);** Stumme Stimmen. 6. Auflage. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag

**Saxer, Ulrich (1989);** Der gesellschaftliche Ort der Massenkommunikation. In: Sturm, H./Grewe–Partsch, M./Saxer, U. (1979); Grundlagen einer Medienpädagogik. Zug: Klett und Balmer, S. 103–136. Gekürzte und leicht aktualisierte Auflage. Wiederabgedruckt in: Haas (Hrsg.) 1990, S. 8–20

**Saxer, Ulrich/Bonfadelli, Heinz/Hättenschwiler, Walter (1980);** Die Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen. Eine Studie zur Mediensozialisation im Spannungsfeld von Familie, Schule und Kameraden. Zug

**Saxer, Ulrich (1999);** Der Forschungsgegenstand der Medienwissenschaft. In: Leonhard/Ludwig/Schwarze/Straßner (Hrsg.) 1999, S. 1–14

**Scharf, Wilfried (1981);** Objektivität und Ausgewogenheit – Bedingungen für die Erfüllung der Integrationsfunktion des Fernsehens. In: Publizistik 2/1980, S. 202–223. Wiederabgedruckt in: Haas (Hrsg.) 1990, S. 173–193

**Schulz, Winfried** (1997); Kommunikationsprozeß. In: Noelle-Neumann/Schulz/Wilke (Hrsg.) 1997, S. 140-171

**Schenk, Michael** (1997); Kommunikationstheorien. In: Noelle-Neumann/Schulz/Wilke (Hrsg.) 1997, S. 171-187

**Schweiger, Wolfgang** (1999); Medienglaubwürdigkeit - Nutzungsverfahren oder Medienimage? Eine Befragung der Glaubwürdigkeit des World Wide Web im Vergleich mit anderen Medien. In: Rössler/Wirth (Hrsg.) (1999), S. 89-110

**Stürzer, Stephan** (1996); Gesellschaftliche Auswirkungen moderner Informations- und Kommunikationstechnologien - Eine Analyse soziotechnischer Wirkungszusammenhänge. Wien: WU Univ., Dipl.-Arb.

**Thiedeke, Udo** (1997); Medien, Kommunikation und Komplexität. Vorstudien zur Informationsgesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag

**Tratzki, Christel** (o.J.); Der Einfluß der Gehörlosigkeit auf die Entwicklung des Kindes. Unveröffentlichter Artikel

**Weiner, Jean-Pierre** (1999); Internet - Welt der Information. Bibliotheken im World Wide Web. Wien: Hausarbeit

**Weischenberg, Siegfried** (1995); Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Opladen: Westdeutscher Verlag

**Weischenberg, Siegfried** (1998); Pull, Push und Medien-Pfusch. Computerisierung - kommunikationswissenschaftlich revisited. In: Neverla (Hrsg.) 1998, S.37-62

**Wirth, Werner/Schweiger, Wolfgang (Hrsg.) (1999);** Selektion im Internet. Empirische Analysen zu einem Schlüsselkonzept. Opladen: Westdeutscher Verlag

**Wirth, Werner/Schweiger, Wolfgang (1999a);** Selektion neu betrachtet: Auswahlentscheidungen im Internet. In: Wirth/Schweiger (Hrsg.) 1999, S. 44-74

### **Internetquellen**

**ARD/ZDF-Online-Studie (2001);** <http://www.das-erste.de/studie/ardonl01.pdf>.  
Abgerufen am 11.02.2002

**BMW-Report (1995);** <http://www.bmw.de>. Abgerufen am 7.04.2002

**deaf.uni-klu. (2001);** Gehörlosenserver – Universität Klagenfurt.  
[http://deaf.uni-klu.ac.at/deaf/wissenschaft\\_und\\_forschung/soziologie/index.shtml](http://deaf.uni-klu.ac.at/deaf/wissenschaft_und_forschung/soziologie/index.shtml).  
Abgerufen am 05.12.01

**eMarketer (2002);** <http://www.emarketer.com>. Abgerufen am 12.02.2002

**glvmu (2002a);** Gehörlosenverein München. <http://www.glvmu.de/info/taubstumm.htm>.  
Abgerufen am 20.01.02

**glvmu (2002b);** Gehörlosenverein München. <http://www.glvmu.de/info/kultur.htm>.  
Abgerufen am 20.01.02

**isoc (2002);** Internet Society. <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml>. Abgerufen  
am 10.02.02

mediaresearch (2002); <http://mediaresearch.orf.at/internet.htm>. Abgerufen am 26.3.2002

netlingo (2002); <http://www.netlingo.com/inframes.cfm>. Abgerufen am 30.03.2002

nic (2002); Internet Verwaltungs- und Betriebsgesellschaft m.bH. [www.nic.at/german/geschichte.html](http://www.nic.at/german/geschichte.html). Abgerufen am 10.02.2002

opst (2002); [www.opst.de](http://www.opst.de). Abgerufen am 05.05.2002

ORF-Kundendienst (2002); <http://kundendienst.orf.at/technik/untertitel.html>. Abgerufen am 20.01.02

Statistisches Bundesamt Deutschland (2002); [www.destatis.de/basis/d/bevoe/bevoetxt.htm](http://www.destatis.de/basis/d/bevoe/bevoetxt.htm). Abgerufen am 08.05.02

swissdeaf (2002); [www.swissdeaf.ch](http://www.swissdeaf.ch). Abgerufen am 10.05.2002

Taubenschlag (2002a); <http://www.taubenschlag.de/lernen/fiff.html>: Rehling, Bernd; Beendet das Internet die kommunikative, soziale und bildungsmäßige Deprivation. Abgerufen am 10.01.02

Taubenschlag (2002b); <http://www.taubenschlag.de/lernen/fiff.html>: Rehling, Bernd; Die Möglichkeiten des Internets für Hörgeschädigte. Abgerufen am 11.01.02

Taubenschlag (2002c); <http://www.taubenschlag.de>: Bruch, Jacques; Hörgeschädigte und Informationstechnologien. Abgerufen am 11.01.02

**Taubenschlag (2002d);** <http://www.taubenschlag.de/start.html>. Abgerufen am 23.01.2002

**Taubenschlag (2002e);** <http://www.taubenschlag.de/infos/IVSS/RefHusum.htm>. Abgerufen am 10.02.02

**Taubenschlag (2002g);** [http://www.taubenschlag.de/power/log\\_out/log\\_out.html](http://www.taubenschlag.de/power/log_out/log_out.html). Abgerufen am 05.05.2002

**w3b (2002);** Fittkau & Maaß GmbH. <http://www.w3b.de>. Abgerufen am 26.03.2002

## VERZEICHNIS DER VERWENDETEN ABKÜRZUNGEN

Im folgenden werden die im deutschen Sprachgebrauch üblichen Abkürzungen aufgeführt, die im vorliegenden Text verwendet wurden:

bsp.	beispielsweise
bzgl.	bezüglich
d.h.	das heißt
ebd.	Ebenda
Email	Electronic Mail
etc.	et cetera
f.	folgende (Seite)
ff.	fortfolgende (Seiten)
Hrsg.	Herausgeber
hrsg. v.	herausgegeben von
Kap.	Kapitel
m.E.	meines Erachtens
o.J.	ohne Jahresangabe
resp.	respektive
u.a.	unter anderem
Vgl.	vergleiche
vs.	versus
WWW	World Wide Web
z.B.	zum Beispiel
zit. n.	zitiert nach

## ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS

### Abbildungen

Abbildung	1: Zahl der weltweiten Internet-Nutzer .....	78
Abbildung	2: Von Gutenberg zu Multimedia .....	89
Abbildung	3: Alter der Befragten .....	132
Abbildung	4: Geschlechterverteilung .....	133
Abbildung	5: Schulart der Befragten .....	134
Abbildung	6: Sprache der Befragten .....	134
Abbildung	7: Häufigkeit der Internetnutzung .....	137
Abbildung	8: Art der Internetnutzung.....	138
Abbildung	9: Internetdienste im Vergleich.....	139
Abbildung	10: Quantität des Medienangebotes .....	141
Abbildung	11: Informationsqualität in Tageszeitungen für die Befragten .....	142
Abbildung	12: Informationsqualität im Fernsehen für die Befragten.....	143
Abbildung	13: Bedeutsamkeit der Medien für die Befragten.....	144
Abbildung	14: Informationszweck .....	148
Abbildung	15: Gründe der Internetnutzung .....	150
Abbildung	16: Informiertheit der Befragten im Zeitvergleich.....	160
Abbildung	14a: Informationszweck .....	163
Abbildung	17: Informationsvergleich Internet/Fernsehen .....	165
Abbildung	18: Karmasin-Formel .....	166
Abbildung	19: Kommunikation unter Gehörlosen .....	170
Abbildung	20: Kontakt der Befragten über das Internet zu Hörenden .....	171
Abbildung	21: Kontaktknüpfungspotential der Befragten .....	172
Abbildung	22: Beteiligung am Gesellschaftsgeschehen.....	175

**Tabellen**

Tabelle 1: Internetzugang in Jahren .....	136
Tabelle 2: Gründe der Internetnutzung.....	150
Tabelle 3: Informationsquellen im Internet .....	152
Tabelle 4: Informationsquellen im Fernsehen .....	152
Tabelle 5: Informationsquellen bei Gesprächen mit Freunden .....	153
Tabelle 6: Informationsquellen in Zeitungen .....	154
Tabelle 7: Stellenwert der Informationsquellen 1 .....	155
Tabelle 8: Stellenwert der Informationsquellen 2 .....	156
Tabelle 9: Stellenwert der Informationsquellen 3 .....	157
Tabelle 10: Stellenwert der Informationsquellen 4 .....	158
Tabelle 2a: Gründe der Internetnutzung .....	162
Tabelle 11: Ergebnisse aus dem Vergleich der Informationen aus Internet und Fernsehen .....	167
Tabelle 12: Vergleich der Informationen aus Internet und Fernsehen .....	168

## **ANHANG**

Fragebogen

Statistik zum Projekt "Gehörlose und Internet"

Anmerkungen – Auszug aus der Studie

## Fragebogen

**Liebe Internet-Benutzer,**

mein Name ist Uta Russmann und ich studiere Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien. Da ich bald mit der Uni fertig bin, schreibe ich zur Zeit an meiner Diplomarbeit. Im Mittelpunkt meiner Arbeit steht

**"der Umgang Gehörloser mit dem Internet".**

Dabei interessiert mich vor allem inwieweit das Internet ein Informationsmedium für Gehörlose ist und ob es dazu beiträgt aktiver an der Welt der Hörenden teilnehmen zu können.

Alle Angaben bleiben natürlich anonym. Bitte füllen Sie den Fragebogen nur aus, wenn Sie gehörlos sind, denn meine Diplomarbeit befaßt sich nur mit Gehörlosen und nicht mit Schwerhörigen.

Vielen Dank für Ihre Hilfe und viel Spaß beim Ausfüllen!

**GLOBALPARK**

Wie alt sind Sie?

**GLOBALPARK**

Sie sind...

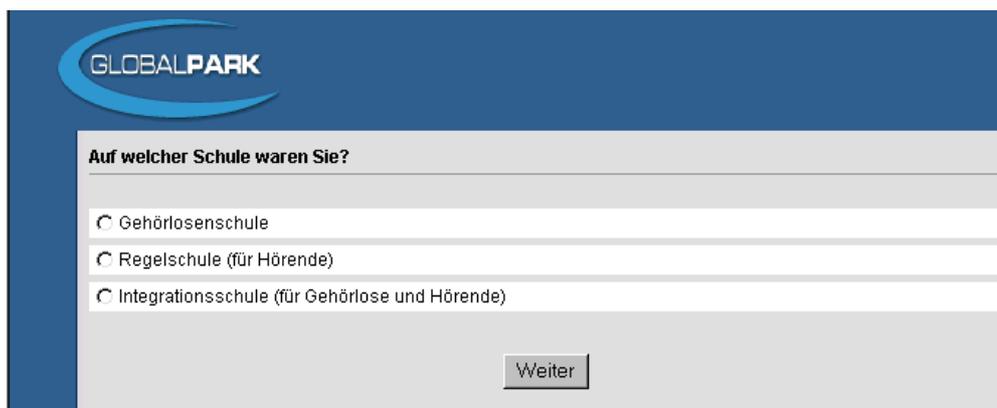
weiblich  männlich



**GLOBALPARK**

**Wo wohnen Sie?**

Weiter



**GLOBALPARK**

**Auf welcher Schule waren Sie?**

Gehörlosenschule

Regelschule (für Hörende)

Integrationsschule (für Gehörlose und Hörende)

Weiter



**GLOBALPARK**

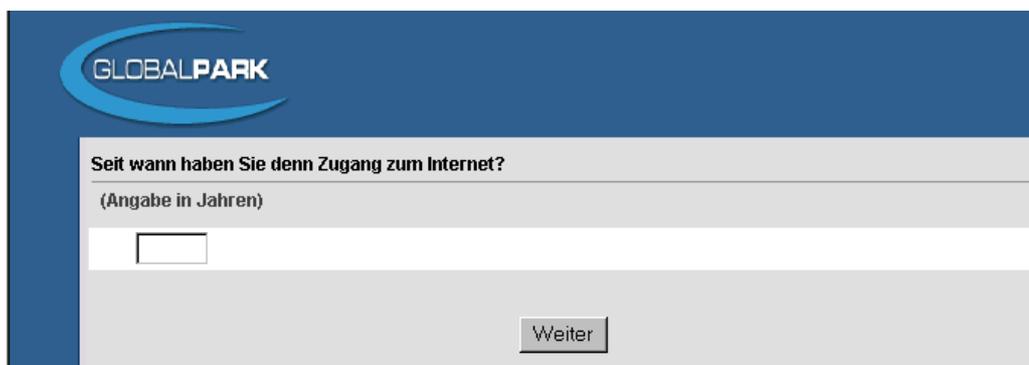
**Sprechen Sie...**

Gebärdensprache

Lautsprache

beides

Weiter

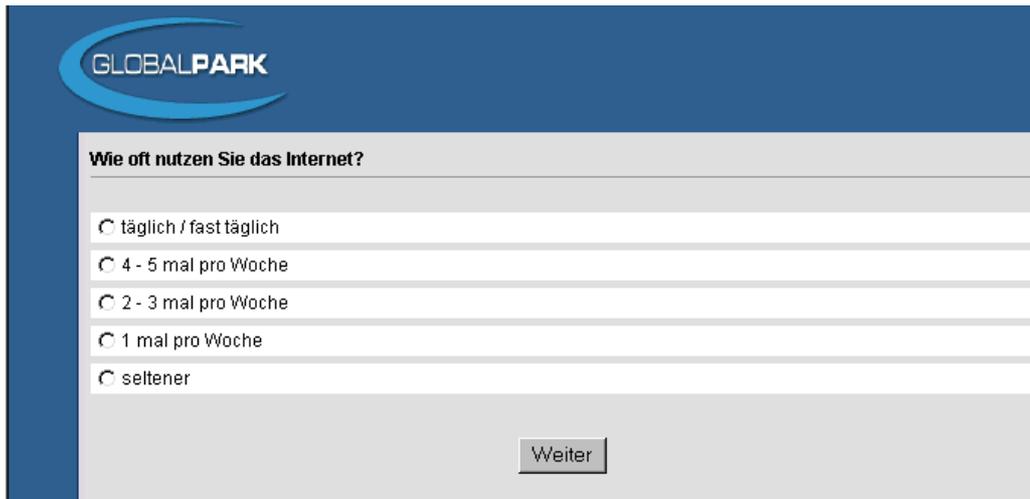


**GLOBALPARK**

**Seit wann haben Sie denn Zugang zum Internet?**

(Angabe in Jahren)

Weiter



**GLOBALPARK**

**Wie oft nutzen Sie das Internet?**

täglich / fast täglich

4 - 5 mal pro Woche

2 - 3 mal pro Woche

1 mal pro Woche

seltener

Weiter

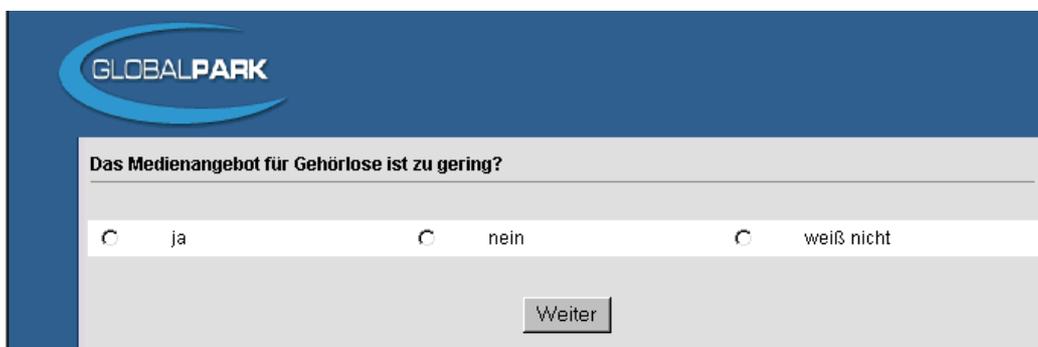




**Nutzen Sie das Internet...**

privat       beruflich       beides

Weiter



**GLOBALPARK**

**Das Medienangebot für Gehörlose ist zu gering?**

ja       nein       weiß nicht

Weiter

**GLOBALPARK**

**Wie sehr stimmen Sie diesen Aussagen zu: Wenn ich mich als Gehörloser informieren will, dann kann ich das**

besser

genauso gut

schlechter in den Tageszeitungen wie Hörende.

**Wenn ich mich als Gehörloser informieren will, dann kann ich das**

besser

genauso gut

schlechter im Fernsehen als Hörende

**GLOBALPARK**

**Wie wichtig sind Ihnen im Internet folgende Quellen für Informationen?**

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Politik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wirtschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kultur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wissenschaft und Technik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gesundheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lokales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Termine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<b>Wie wichtig sind Ihnen im Fernsehen folgende Quellen für Informationen?</b>				
	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Politik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wirtschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kultur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wissenschaft und Technik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gesundheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lokales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Termine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



<b>Wie wichtig sind Ihnen bei Gesprächen mit Freunden folgende Quellen für Informationen?</b>				
	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Politik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wirtschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kultur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wissenschaft und Technik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gesundheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lokales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Termine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Wie wichtig sind Ihnen in Zeitungen folgende Quellen für Informationen?**

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Politik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wirtschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kultur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wissenschaft und Technik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gesundheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lokales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Termine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



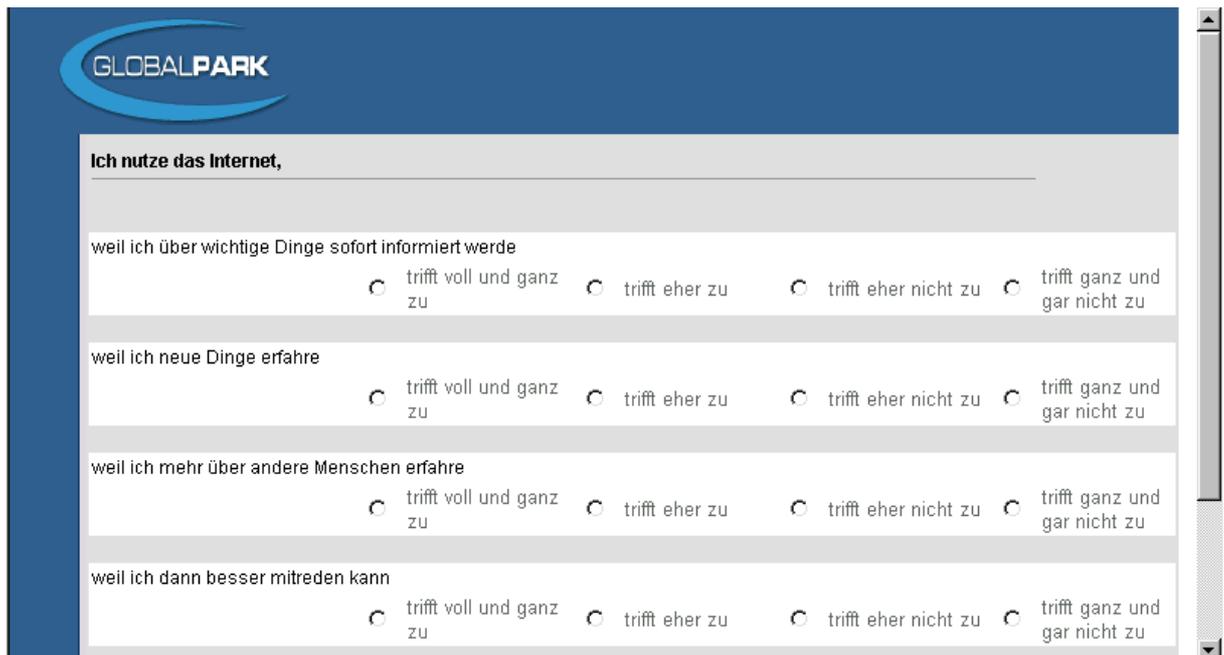
**Welches Medium ist für Sie am wichtigsten?**

Internet

Fernsehen

Zeitung

Zeitschriften



**GLOBALPARK**

**Ich nutze das Internet,**

weil ich über wichtige Dinge sofort informiert werde

trifft voll und ganz zu     trifft eher zu     trifft eher nicht zu     trifft ganz und gar nicht zu

weil ich neue Dinge erfahre

trifft voll und ganz zu     trifft eher zu     trifft eher nicht zu     trifft ganz und gar nicht zu

weil ich mehr über andere Menschen erfahre

trifft voll und ganz zu     trifft eher zu     trifft eher nicht zu     trifft ganz und gar nicht zu

weil ich dann besser mitreden kann

trifft voll und ganz zu     trifft eher zu     trifft eher nicht zu     trifft ganz und gar nicht zu



**GLOBALPARK**

**Welche Dienste im Internet nutzen Sie?**

(Mehrere Antworten sind möglich)

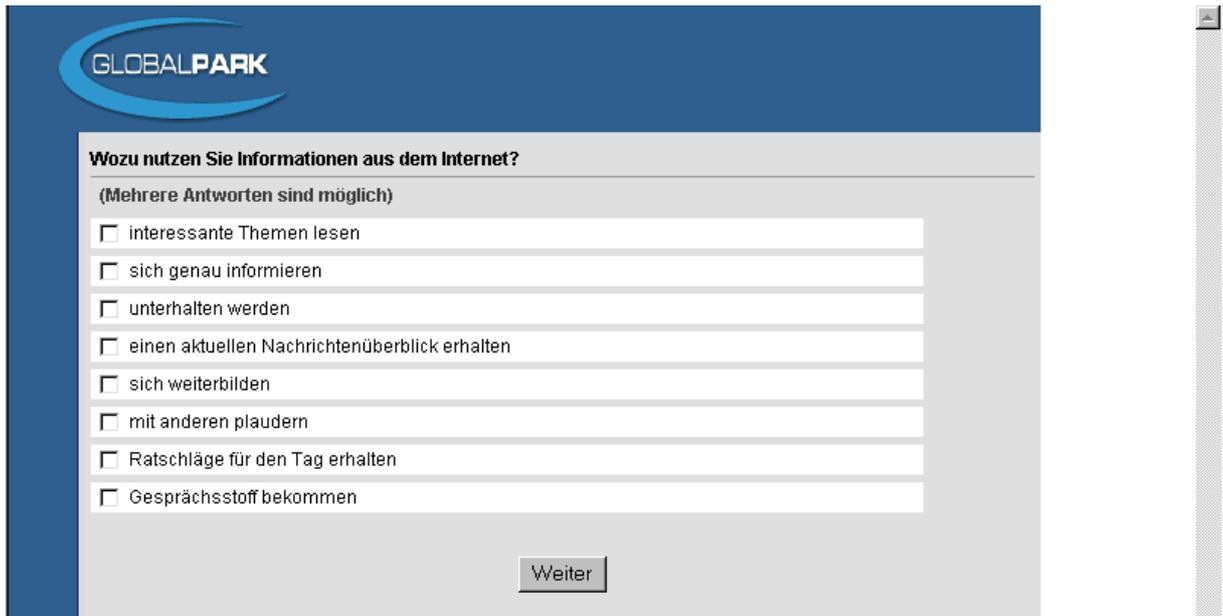
WWW

Email

Chat

Newsgroups

ICQ



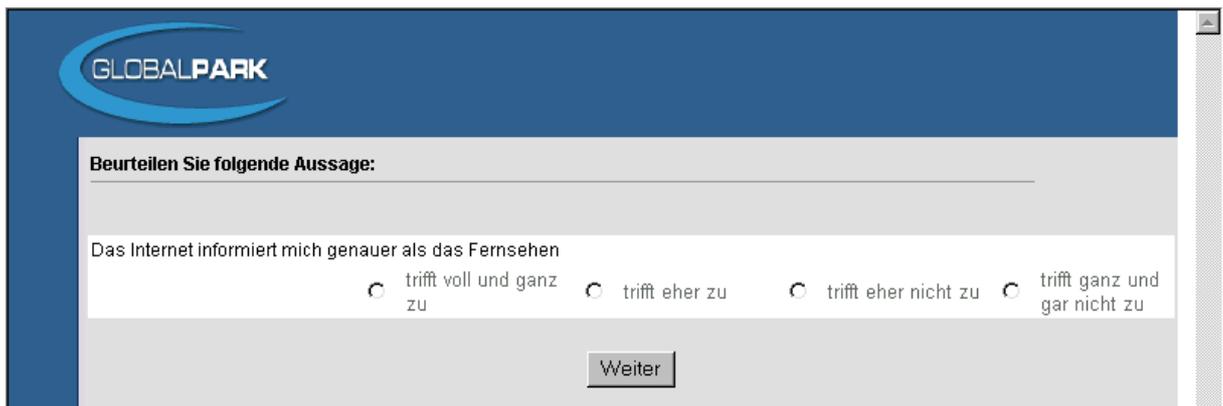
**GLOBALPARK**

**Wozu nutzen Sie Informationen aus dem Internet?**

(Mehrere Antworten sind möglich)

- interessante Themen lesen
- sich genau informieren
- unterhalten werden
- einen aktuellen Nachrichtenüberblick erhalten
- sich weiterbilden
- mit anderen plaudern
- Ratschläge für den Tag erhalten
- Gesprächsstoff bekommen

Weiter



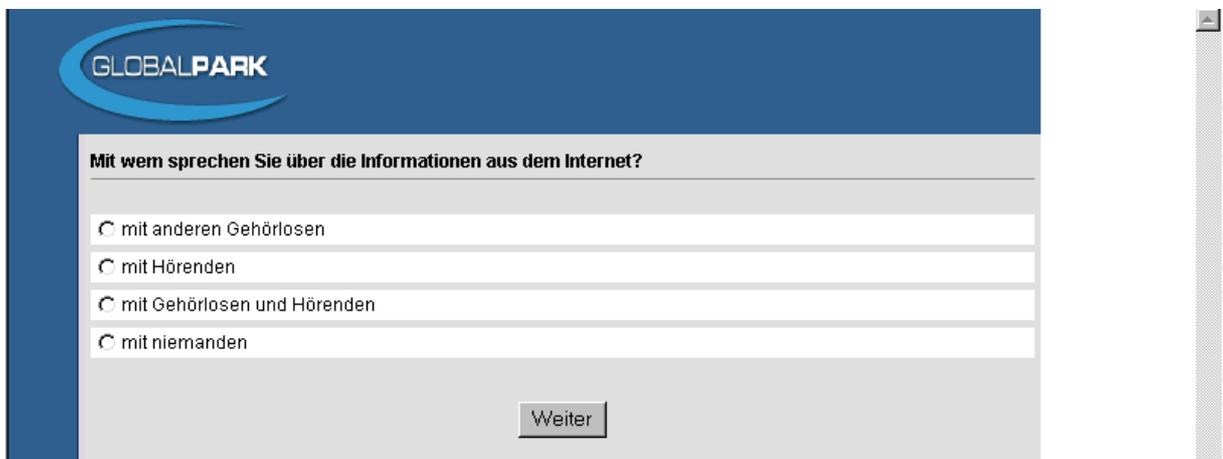
**GLOBALPARK**

**Beurteilen Sie folgende Aussage:**

Das Internet informiert mich genauer als das Fernsehen

trifft voll und ganz zu     trifft eher zu     trifft eher nicht zu     trifft ganz und gar nicht zu

Weiter

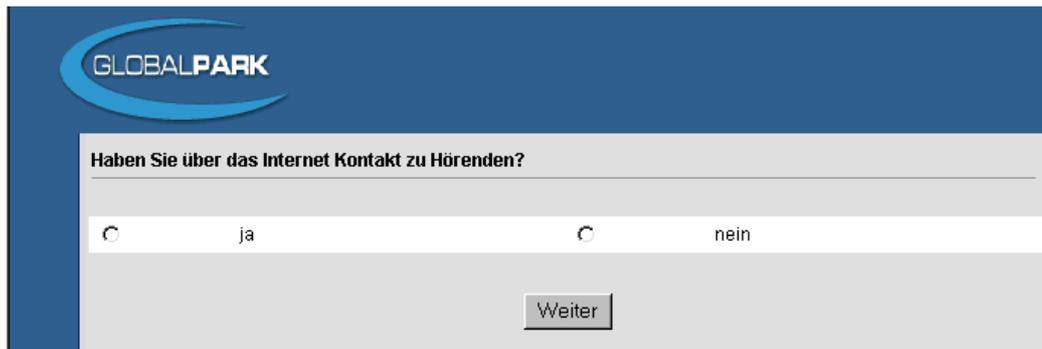


**GLOBALPARK**

**Mit wem sprechen Sie über die Informationen aus dem Internet?**

- mit anderen Gehörlosen
- mit Hörenden
- mit Gehörlosen und Hörenden
- mit niemanden

Weiter

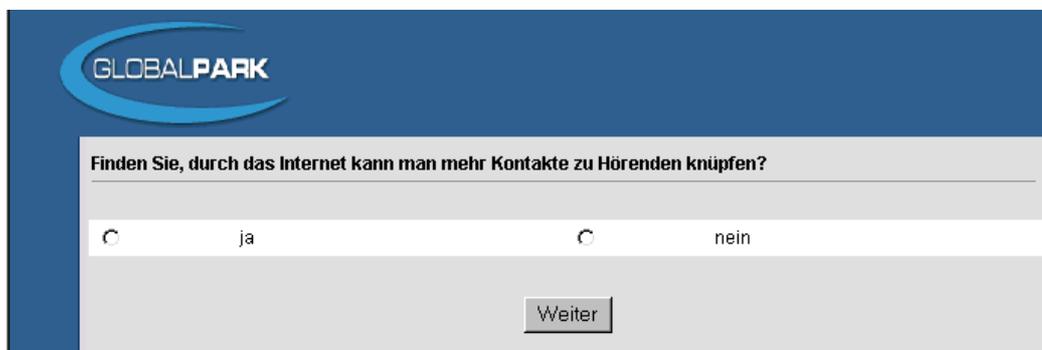


**GLOBALPARK**

Haben Sie über das Internet Kontakt zu Hörenden?

ja  nein

Weiter

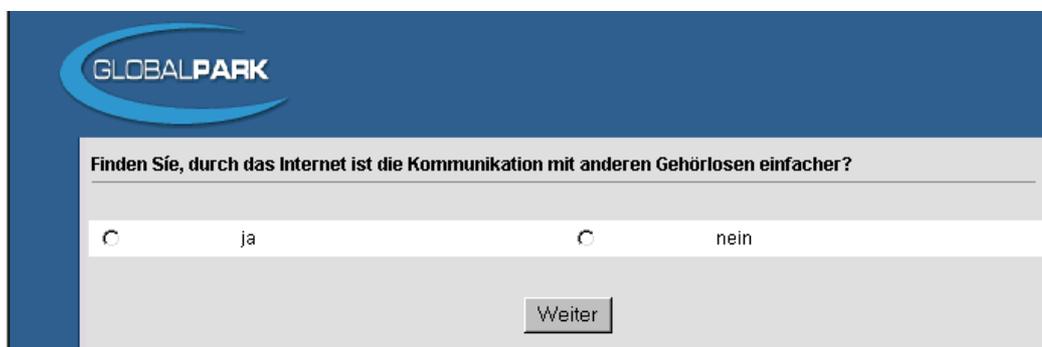


**GLOBALPARK**

Finden Sie, durch das Internet kann man mehr Kontakte zu Hörenden knüpfen?

ja  nein

Weiter

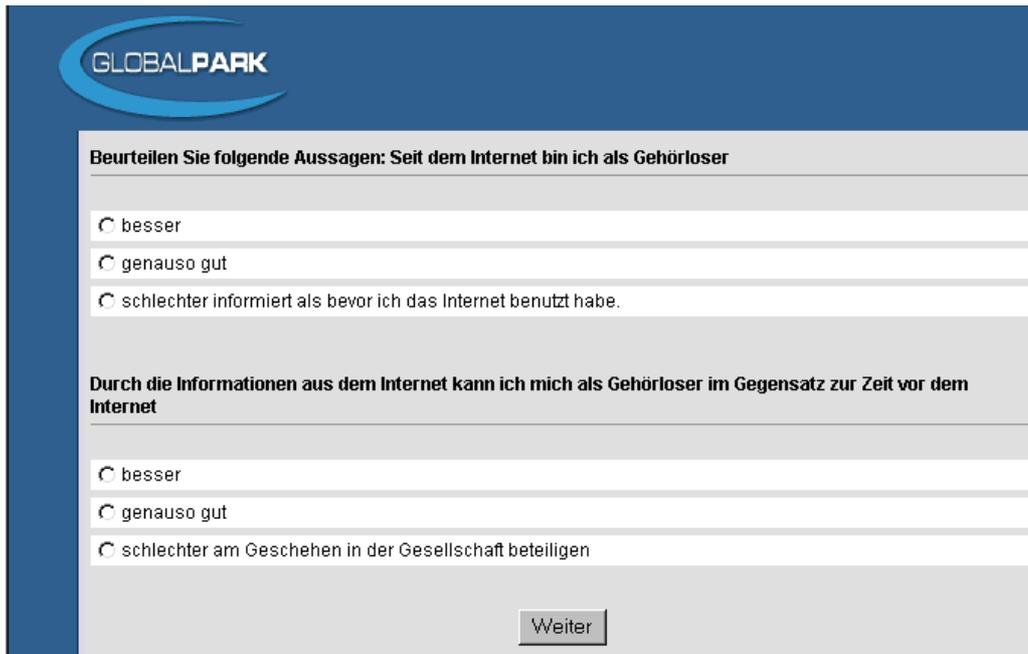


**GLOBALPARK**

Finden Sie, durch das Internet ist die Kommunikation mit anderen Gehörlosen einfacher?

ja  nein

Weiter



**GLOBALPARK**

**Beurteilen Sie folgende Aussagen: Seit dem Internet bin ich als Gehörloser**

besser

genauso gut

schlechter informiert als bevor ich das Internet benutzt habe.

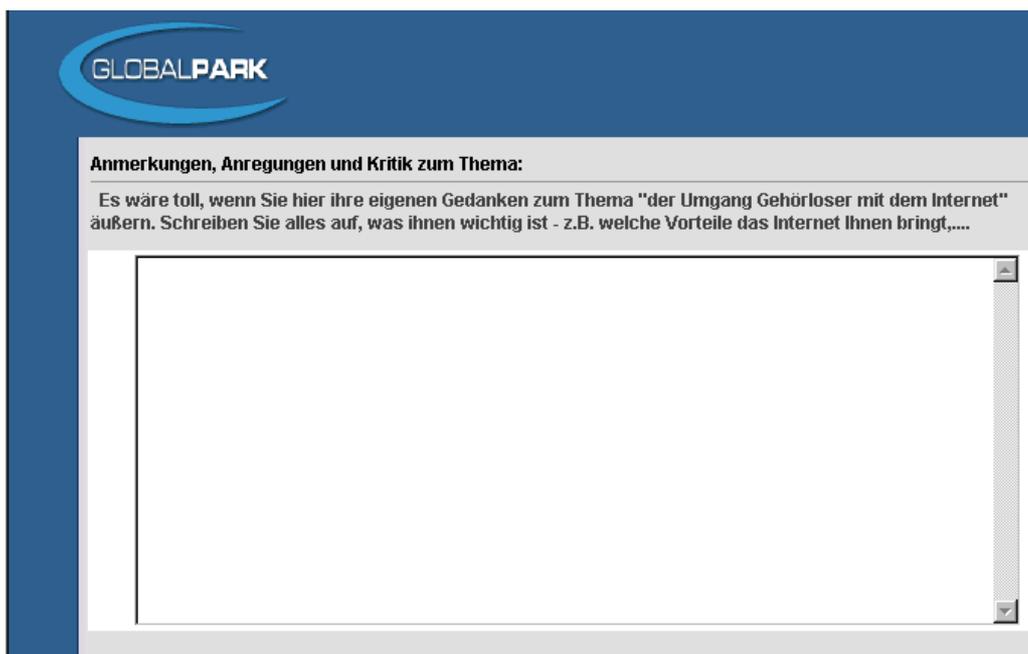
**Durch die Informationen aus dem Internet kann ich mich als Gehörloser im Gegensatz zur Zeit vor dem Internet**

besser

genauso gut

schlechter am Geschehen in der Gesellschaft beteiligen

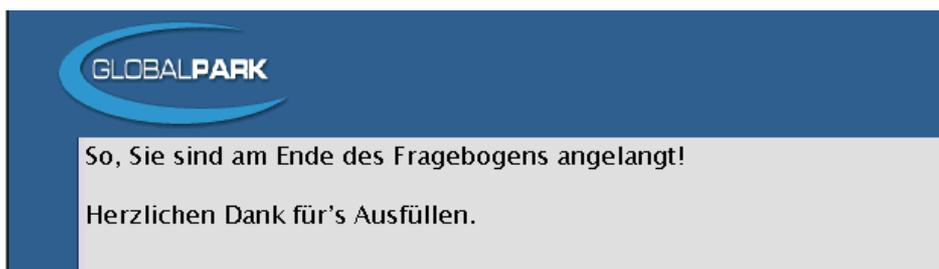
Weiter



**GLOBALPARK**

**Anmerkungen, Anregungen und Kritik zum Thema:**

Es wäre toll, wenn Sie hier ihre eigenen Gedanken zum Thema "der Umgang Gehörloser mit dem Internet" äußern. Schreiben Sie alles auf, was ihnen wichtig ist - z.B. welche Vorteile das Internet Ihnen bringt,....



**GLOBALPARK**

So, Sie sind am Ende des Fragebogens angelangt!

Herzlichen Dank für's Ausfüllen.

## Statistik zum Projekt "Gehörlose und Internet"

### *URL-Parameter der Systemseite*

Auswahlwert	Ausgewählt	wie oft ausgewählt(in Prozent)
3	2	0,7%
2	138	50,4%
1	129	47,1%
-77	5	1,8%
Mittelwert:	0,095	

### *Frage: Sie sind...*

Typ:112 – Einfachauswahl nebeneinander Variable:v\_64046 Label: Sex

Ausgewählt	Wie oft ausgewählt(in Prozent)	
Weiblich (1)	59	52,2%
Männlich (2)	54	47,8%

Gesamtzahl gültige Werte	113
Mittelwert:	1,478
Missing	1
Sys-Missing	160
Gesamt: 274	Alle Personen auf dieser Seite: 114

**Frage: Auf welcher Schule waren Sie?**

Typ:111 – Einfachauswahl untereinander Variable:v\_64172 Label:Schultyp

<b>Ausgewählt</b>	<b>wie oft ausgewählt(in Prozent)</b>	
Gehörlosenschule (1)	69	67,0%
Regelschule (für Hörende) (2)	26	25,2%
Integrations- schule (für Gehörlose und Hörende) (3)	8	7,8%
Gesamtzahl gültige Werte	103	
Mittelwert:	1,408	
Missing	0	
Sys-Missing	171	
Gesamt: 274	Alle Personen auf dieser Seite: 103	

**Frage: Sprechen Sie...**

Typ:112 – Einfachauswahl nebeneinander Variable:v\_64174 Label:Sprache

<b>Ausgewählt</b>	<b>wie oft ausgewählt(in Prozent)</b>	
Gebärdensprache (1)	26	25,2%
Lautsprache (2)	15	14,6%
Beides (3)	62	60,2%
Gesamtzahl gültige Werte	103	
Mittelwert:	2,350	
Missing	0	
Sys-Missing	171	
Gesamt: 274	Alle Personen auf dieser Seite: 103	

**Frage: Wie oft nutzen Sie das Internet?**Typ:111 – Einfachauswahl  
untereinander

Variable:v\_64182

Label:Internetzeit

	Ausgewählt	wie oft ausgewählt(in Prozent)
Täglich / fast täglich (1)	64	64,6%
4 – 5 mal pro Woche (2)	8	8,1%
2 – 3 mal pro Woche (3)	19	19,2%
1 mal pro Woche (4)	3	3,0%
Seltener (5)	5	5,1%

Gesamtzahl gültige Werte

99

Mittelwert:

1,758

Missing

0

Sys-Missing

175

Gesamt: 274

Alle Personen auf dieser Seite:  
99**Frage: Nutzen Sie das Internet...**Typ:112 – Einfachauswahl  
nebeneinander

Variable:v\_64183

Label:Internetort

	Ausgewählt	wie oft ausgewählt(in Prozent)
Privat (1)	43	43,4%
Beruflich (2)	6	6,1%
Beides (3)	50	50,5%

Gesamtzahl gültige Werte

99

Mittelwert:

2,071

Missing

0

Sys-Missing

175

Gesamt: 274

Alle Personen auf dieser Seite:  
99

**Frage: Das Medienangebot für Gehörlose ist zu gering?**Typ:112 – Einfachauswahl  
nebeneinander

Variable:v\_64184

Label:Medienangebot

	Ausgewählt	wie oft ausgewählt(in Prozent)
Ja (1)	52	53,1%
Nein (2)	19	19,4%
Weiß nicht (3)	27	27,6%
Gesamtzahl gültige Werte	98	
Mittelwert:	1,745	
Missing	0	
Sys-Missing	176	
Gesamt: 274	Alle Personen auf dieser Seite: 98	

**Frage: Wie sehr stimmen Sie diesen Aussagen zu: Wenn ich mich als Gehörloser informieren will, dann kann ich das**Typ:111 – Einfachauswahl  
untereinander

Variable:v\_64185

Label:Aussagen

	Ausgewählt	wie oft ausgewählt(in Prozent)
Besser (1)	18	19,1%
Genauso gut (2)	54	57,4%
Schlechter in den Tageszeitungen wie Hörende. (3)	22	23,4%
Gesamtzahl gültige Werte	94	
Mittelwert:	2,043	
Missing	0	
Sys-Missing	180	
Gesamt: 274	Alle Personen auf dieser Seite: 94	

**Frage: Wenn ich mich als Gehörloser informieren will, dann kann ich das**

Typ:111 – Einfachauswahl  
untereinander

Variable:v\_64516

Label:Fernsehaussage

	Ausgewählt	wie oft ausgewählt(in Prozent)
Besser (1)	15	16,0%
Genauso gut (2)	33	35,1%
Schlechter im Fernsehen als Hörende (3)	46	48,9%
<b>Gesamtzahl gültige Werte</b> 94		
<b>Mittelwert:</b> 2,330		
<b>Missing</b> 0		
<b>Sys-Missing</b> 180		
<b>Gesamt: 274</b> Alle Personen auf dieser Seite: 94		

**Frage: Wie wichtig sind Ihnen im Internet folgende Quellen für Informationen?**

Typ:311 – Standard-Matrix 1

Frage:	sehr wichtig (1)	wichtig (2)	weniger wichtig (3)	unwichtig (4)	Gesamtzahl gültige Werte	Mittelwert:	Missing
v_64522: Politik	26,2% (22)	29,8% (25)	31,0% (26)	13,1% (11)	84	2,310	3
v_64523: Wirtschaft	16,9% (14)	33,7% (28)	31,3% (26)	18,1% (15)	83	2,506	4
v_64524: Sport	21,4% (18)	23,8% (20)	28,6% (24)	26,2% (22)	84	2,595	3
v_64525: Kultur	39,8% (33)	27,7% (23)	21,7% (18)	10,8% (9)	83	2,036	4
v_64526: Wissenschaft und Technik	37,3% (31)	37,3% (31)	16,9% (14)	8,4% (7)	83	1,964	4
v_64534: Gesundheit	32,5% (27)	43,4% (36)	20,5% (17)	3,6% (3)	83	1,952	4
v_64551: Lokales	21,4% (18)	48,8% (41)	21,4% (18)	8,3% (7)	84	2,167	3
v_64552: Medien	32,9% (28)	38,8% (33)	17,6% (15)	10,6% (9)	85	2,059	2
v_64553: Termine	34,1% (29)	34,1% (29)	23,5% (20)	8,2% (7)	85	2,059	2

Gesamtanzahl:274, Alle Personen auf dieser Seite:87

**Frage: *Wie wichtig sind Ihnen im Fernsehen folgende Quellen für Informationen?***

Typ:311 – Standard-Matrix 1

Frage:	sehr wichtig (1)	wichti g (2)	weniger wichtig (3)	unwich tig (4)	Gesamtzahl gültige Werte	Mittelw ert:	Missing
v_64554: Politik	42,2% (35)	32,5% (27)	18,1% (15)	7,2% (6)	83	1,904	4
v_64555: Wirtschaft	19,0% (16)	41,7% (35)	27,4% (23)	11,9% (10)	84	2,321	3
v_64556: Sport	20,7% (17)	31,7% (26)	26,8% (22)	20,7% (17)	82	2,476	5
v_64557: Kultur	36,9% (31)	28,6% (24)	21,4% (18)	13,1% (11)	84	2,107	3
v_64558: Wissenschaft und Technik	33,3% (27)	35,8% (29)	21,0% (17)	9,9% (8)	81	2,074	6
v_64578: Gesundheit	29,3% (24)	39,0% (32)	25,6% (21)	6,1% (5)	82	2,085	5
v_64579: Lokales	19,0% (16)	42,9% (36)	21,4% (18)	16,7% (14)	84	2,357	3
v_64580: Medien	29,4% (25)	41,2% (35)	17,6% (15)	11,8% (10)	85	2,118	2
v_64581: Termine	20,5% (17)	20,5% (17)	43,4% (36)	15,7% (13)	83	2,542	4

Gesamtanzahl:274, Alle Personen auf dieser Seite:87

**Frage: Wie wichtig sind Ihnen bei Gesprächen mit Freunden folgende Quellen für Informationen?**

Typ:311 – Standard-Matrix 1

Frage:	sehr wichtig (1)	wichtig (2)	weniger wichtig (3)	unwichtig (4)	Gesamtzahl gültige Werte	Mittelwert:	Missing
v_64573: Politik	24,7% (20)	35,8% (29)	28,4% (23)	11,1% (9)	81	2,259	2
v_64574: Wirtschaft	17,5% (14)	33,8% (27)	23,8% (19)	25,0% (20)	80	2,562	3
v_64575: Sport	14,8% (12)	35,8% (29)	25,9% (21)	23,5% (19)	81	2,580	2
v_64576: Kultur	45,1% (37)	30,5% (25)	15,9% (13)	8,5% (7)	82	1,878	1
v_64577: Wissenschaft und Technik	35,0% (28)	38,8% (31)	13,8% (11)	12,5% (10)	80	2,038	3
v_64586: Gesundheit	26,2% (21)	45,0% (36)	23,8% (19)	5,0% (4)	80	2,075	3
v_64587: Lokales	29,1% (23)	46,8% (37)	19,0% (15)	5,1% (4)	79	2,000	4
v_64588: Medien	22,5% (18)	45,0% (36)	21,2% (17)	11,2% (9)	80	2,212	3
v_64589: Termine	31,2% (25)	40,0% (32)	17,5% (14)	11,2% (9)	80	2,087	3

Gesamtanzahl:274, Alle Personen auf dieser Seite:83

**Frage: Wie wichtig sind Ihnen in Zeitungen folgende Quellen für Informationen?**

Typ:311 – Standard-Matrix 1

Frage:	sehr wichtig (1)	wichtig (2)	weniger wichtig (3)	unwichtig (4)	Gesamtzahl gültige Werte	Mittelwert:	Missing
v_64568: Politik	38,3% (31)	37,0% (30)	19,8% (16)	4,9% (4)	81	1,914	2
v_64569: Wirtschaft	21,2% (17)	45,0% (36)	21,2% (17)	12,5% (10)	80	2,250	3
v_64570: Sport	19,5% (15)	31,2% (24)	26,0% (20)	23,4% (18)	77	2,532	6
v_64571: Kultur	32,5% (26)	33,8% (27)	22,5% (18)	11,2% (9)	80	2,125	3
v_64572: Wissenschaft und Technik	33,8% (27)	43,8% (35)	15,0% (12)	7,5% (6)	80	1,962	3
v_64582: Gesundheit	29,1% (23)	44,3% (35)	24,1% (19)	2,5% (2)	79	2,000	4
v_64583: Lokales	25,3% (20)	51,9% (41)	15,2% (12)	7,6% (6)	79	2,051	4
v_64584: Medien	22,8% (18)	50,6% (40)	15,2% (12)	11,4% (9)	79	2,152	4
v_64585: Termine	26,9% (21)	41,0% (32)	20,5% (16)	11,5% (9)	78	2,167	5

Gesamtanzahl:274, Alle Personen auf dieser Seite:83

**Frage: Welches Medium ist für Sie am wichtigsten?**

Typ:111 – Einfachauswahl untereinander

Variable:v\_64186

Label:Mediumwichtigkeit

	Ausgewählt	wie oft ausgewählt(in Prozent)
Zeitung (1)	27	32,9%
Zeitschriften (2)	5	6,1%
Fernsehen (3)	9	11,0%
Internet (4)	41	50,0%
Gesamtzahl gültige Werte	82	
Mittelwert:	2,780	
Missing	0	
Sys-Missing	192	
Gesamt: 274	Alle Personen auf dieser Seite:	82

**Frage: Ich nutze das Internet,**

Typ:321 – Skala-Matrix

Frage:	trifft voll und ganz zu (1)	trifft eher zu (2)	trifft eher nicht zu (3)	trifft ganz und gar nicht zu (4)	Gesamtzahl gültige Werte	Mittelwert:
v_64219: weil ich über wichtige Dinge sofort informiert werde	60,0% (48)	31,2% (25)	6,2% (5)	2,5% (2)	80	1,512
v_64220: weil ich neue Dinge erfahre	58,8% (47)	36,2% (29)	3,8% (3)	1,2% (1)	80	1,475
v_64221: weil ich mehr über andere Menschen erfahre	34,2% (27)	39,2% (31)	21,5% (17)	5,1% (4)	79	1,975
v_64222: weil ich dann besser mitreden kann	29,5% (23)	38,5% (30)	24,4% (19)	7,7% (6)	78	2,103
v_64223: weil ich erfahre, was in meiner näheren Umgebung passiert	26,0% (20)	39,0% (30)	28,6% (22)	6,5% (5)	77	2,156

Gesamtanzahl:274, Alle Personen auf dieser Seite:80

**Frage: Welche Dienste im Internet nutzen Sie?**

Typ:121 – Mehrfachauswahl untereinander

	Ausgewählt	Nicht ausgewählt	Gesamtzahl gültige Werte	Sys- Missing
v_64233: WWW	98,8 %	1	80	194
v_64234: Email	96,2 %	3	80	194
v_64235: Chat	38,8 %	49	80	194
v_64236: Newsgroups	20,0 %	64	80	194
v_64528: ICQ	31,2 %	55	80	194

Gesamtanzahl: 274, Alle Personen auf dieser Seite: 80

**Frage: Wozu nutzen Sie Informationen aus dem Internet?**

Typ:121 – Mehrfachauswahl untereinander

	Ausgewählt	Nicht ausgewählt	Gesamtzahl gültige Werte	Sys- Missin- g
v_64225: interessante Themen lesen	95,0 %	4	80	194
v_64226: sich genau informieren	80,0 %	16	80	194
v_64227: unterhalten werden	45,0 %	44	80	194
v_64228: einen aktuellen Nachrichtenüberblick erhalten	68,8 %	25	80	194
v_64229: sich weiterbilden	47,5 %	42	80	194
v_64230: mit anderen plaudern	48,8 %	41	80	194
v_64231: Ratschläge für den Tag erhalten	31,2 %	55	80	194
v_64232: Gesprächsstoff bekommen	41,2 %	47	80	194

Gesamtanzahl: 274, Alle Personen auf dieser Seite: 80

**Frage: Beurteilen Sie folgende Aussage:**

Typ:321 – Skala-Matrix

Frage:	trifft voll und ganz zu (1)	trifft eher zu (2)	trifft eher nicht zu (3)	trifft ganz und gar nicht zu (4)	Gesamt- zahl gültige Werte	Mittelwe- rt:
v_64529: Das Internet informiert mich genauer als das Fernsehen	52,5% (42)	36,2% (29)	10,0% (8)	1,2% (1)	80	1,600

Gesamtanzahl:274, Alle Personen auf dieser Seite:80

**Frage: Mit wem sprechen Sie über die Informationen aus dem Internet?**

Typ:111 – Einfachauswahl  
untereinander

Variable:v\_64237

Label:Infoverbreitung

	<b>Ausgewählt</b>	<b>wie oft ausgewählt(in Prozent)</b>
Mit anderen Gehörlosen (1)	19	24,1%
Mit Hörenden (2)	7	8,9%
Mit Gehörlosen und Hörenden (3)	50	63,3%
Mit niemanden (4)	3	3,8%
Gesamtzahl gültige Werte	79	
Mittelwert:	2,468	
Missing	0	
Sys-Missing	195	
Gesamt: 274	Alle Personen auf dieser Seite: 79	

***Frage: Haben Sie über das Internet Kontakt zu Hörenden?***

Typ:112 – Einfachauswahl nebeneinander Variable:v\_64238

Label:  
Kontakt mit Hörenden

	<b>Ausgewählt</b>	<b>wie oft ausgewählt</b>
Ja (1)	56	70,9%
Nein (2)	23	29,1%
Gesamtzahl gültige Werte	79	
Mittelwert:	1,291	
Sys-Missing	195	

**Frage: Finden Sie, durch das Internet kann man mehr Kontakte zu Hörenden knüpfen?**Typ:112 – Einfachauswahl  
nebeneinander

Variable:v\_64239

Label:Kontaktvorteil

	Ausgewählt	wie oft ausgewählt(in Prozent)
Ja (1)	51	69,9%
Nein (2)	22	30,1%

Gesamtzahl gültige Werte

73

Mittelwert:

1,301

Missing

6

Sys-Missing

195

Gesamt: 274

Alle Personen auf dieser Seite:  
79**Frage: Finden Sie, durch das Internet ist die Kommunikation mit anderen Gehörlosen einfacher?**Typ:112 – Einfachauswahl  
nebeneinander

Variable:v\_64240

Label:Kommunikation mit  
Gehörlosen

	Ausgewählt	wie oft ausgewählt(in Prozent)
Ja (1)	59	74,7%
Nein (2)	20	25,3%

Gesamtzahl gültige Werte

79

Mittelwert:

1,253

**Frage: Beurteilen Sie folgende Aussagen: Seit dem Internet bin ich als Gehörloser**

Typ:111 – Einfachauswahl untereinander	Variable:v_64241	Label:Zeitvergleich
	Ausgewählt	wie oft ausgewählt(in Prozent)
Besser (1)	47	59,5%
Genauso gut (2)	29	36,7%
Schlechter informiert als bevor ich das Internet benutzt habe. (3)	3	3,8%
<b>Gesamtzahl gültige Werte</b>		
	79	
<b>Mittelwert:</b>		
	1,443	
<b>Missing</b>		
	0	
<b>Sys-Missing</b>		
	195	
<b>Gesamt: 274</b>		
	Alle Personen auf dieser Seite: 79	

**Durch die Informationen aus dem Internet kann ich mich als Gehörloser im Gegensatz zur Zeit vor dem Internet**

Typ:111 – Einfachauswahl untereinander	Variable:v_64372	Label:Gesellschaftsgesch ehen
	Ausgewählt	wie oft ausgewählt(in Prozent)
Besser (1)	40	50,6%
Genauso gut (2)	35	44,3%
schlechter am Geschehen in der Gesellschaft beteiligen (3)	4	5,1%
<b>Gesamtzahl gültige Werte</b>		
	79	
<b>Mittelwert:</b>		
	1,544	
<b>Missing</b>		
	0	
<b>Sys-Missing</b>		
	195	
<b>Gesamt: 274</b>		
	Alle Personen auf dieser Seite: 79	

**Anmerkungen – Auszug aus der Studie**

31 der befragten Personen gaben im letzten Feld des Fragebogens in der offenen Frage (unter ‚Anmerkungen‘) ihre Meinung, Ideen, Kritik und Einstellungen ab. 26 von diesen ‚Anmerkungen‘ wurden in die Umfrage aufgenommen.

**Frage: Anmerkungen, Anregungen und Kritik zum Thema:**

10 Es war schwer zu sagen, ob ich zur angesprochenen Zielgruppe auch angehöre, vom Gehör her bin ich gehörlos, trage aber Hörgeräte und spreche recht gut. Ich kann fast nicht gebärden. Das Internet ist für mich in erster Linie ein Unterhaltungsmedium; wenn gerade Wahlen sind, informiere ich mich auch schon mal politisch oder über die Afghanen-Problematik. Es macht allerdings auch süchtig und unkonzentriert und kann einsam achen, wenn man davon nicht mehr loskommt...

14 spontane chats im icq unter gehörlosen und hörenden ohne kontaktanzeigen veranstaltungen für gehörlose werden im net bekannt gemacht kostenlose sms-service, denn gl's nutzen dieses service ja sehr oft, um kostspielige rechnungen zu vermeiden...

18 Leider wurde mein Text nicht voll gegeben, es kam zu einer Störung! Gehörlose können sich ja nicht richtig ausdrücken, ihre Sprache ist zu holprig, ich habe viel gelesen, deshalb kann ich mich besser ausdrücken, war über 20 Jahre als Sachbearbeiterin tätig, die Zeit war toll, leider!! Bin nun EU-Rentner und sitze zu Hause rum, habe keine Bekannten und bekomme selten Besuch!! Aber ich kann die Infos vom internet an die Mitglieder meiner Gehörlosengruppe weitergeben, es sind 34 Personen, davon 13 Ehepaare, sie freuen sich immer, wenn ich das ihnen schwarz auf weiss gebe, so können sie es lesen und verstehen den Text besser, als wenn ich es in Gebärdensprache vorführe. Ich selbst habe Schwierigkeiten mit dem Computer und dem Internet, wenn mal eine Störung vorliegt, muss ich dann immer den Verkäufer an- faxen, damit er kommt und den Schaden behebt, das kostet dann meistens immer über 50 €, wo ich nur eine Rente von 600 € bekomme!! Habe ja niemand, der mir hilft! Mit anderen Gehörlosen unterhalte ich mich meistens per Fax, leider schreiben 2 Brieffreunde aus Westdeutschland nicht mehr!??? Ich arbeite auch in einer Arbeitsgruppe für Behinderte mit und bekomme da immer das Allerneueste zu lesen, so kann ich mich da etwas weiterbilden und die Mitglieder meiner Gruppe informieren. Auch übers Internet bekomme ich da vieles Neues zu lesen. Ich lese meistens im "Taubenschlag" (oder "Taube schlagen"??) und ärgere mich da immer über die unwissenden Presseschmierer, welche uns oft als "Taubstumme" hinstellen, mal sind wir auch "gehörlos", mal "stumm". Die hörenden Mitbürger wissen ja nicht, dass "Taubstumme" noch aus der Nazizeit stammt (alte Bundesländer!!), in der "DDR" waren wir schon immer "gehörlos" und voll in den Arbeitsalltag integriert. Wie sieht es jetzt aus??? Kaum einer hat noch Arbeit! Und da sollen sich die Gehörlosen einen Computer anschaffen und im internet surfen??? Ich spreche immer "Computer", es heisst aber "Compjuder", die englischen Begriffe sind mir total fremd, warum ist da alles (d)englisch??? Wir wissen ja nicht einmal, wie man die einzelnen Wörter richtig ausspricht und dann werden wir auch noch ausgelacht!!! CIAO! Wir sprechen: TSCHAU!

22 Besonders wichtig für mich sind die Foren ([www.gehoerlose.de](http://www.gehoerlose.de), [www.taubenschlag.de](http://www.taubenschlag.de)-Foren, [www.lbmagazin.de](http://www.lbmagazin.de)-Forum, [www.gl-forum.de](http://www.gl-forum.de)-Forum "Computer-Ecke" usw.) Denn da kann ich mit Gehörlosen/Hörgeschädigten plaudern und den Alltag als sinnvoll sehen, besonders wenn ich in der Firma bin (Brauche ich zur Motivation des Arbeiters). Im Internet wird man exakt informiert, z.B. im Fernsehen gibts auch Infos, aber wird kaum Untertitelt und der Teletext ist zu einfach (Beschränkt auf eine Seite, keine Bilder).

43 Über Frauenberuf, Frauenberufziel, Kinderinfo, Verschiedene Kinderfreizeitkurs, Frauenurlaub, Abenteuer, Schnellrezept, Ausflügen, Veranstaltung für Familie.

48 die Info über das Internet ist besser als in der Lokalzeitung !! zu dem bekommt man schnell Infos über die Gl.-Welt was so alles passiert in den letzten Tagen, das war vor dem Internet undenkbar und hat ewig gedauert bis das so "durchsickert" !!!

64 mehr bilder

66 Ich bin einer Webmaster, der ich Technik für Deafies Information sammeln. Siehe [www.deaftec.de](http://www.deaftec.de) Jedoch muss man auch bestimmte Leistungsgruppe der Gehörlosen mit der Sprache beachten! Ich nahbe mittlere Reise bei Fachschulew erworben!

72 Es mich sehr interessant mit dem Internet, weil ich bin Gehörlos kann alles lesen was gibt Neues alles ausser ganz Welt. Beispiel ich frage mein Kolleginnen was er sagte über Radio und antworte kurz wort sagte . Ich glauben nicht vom mich zu wenig und Fernsehen sehr wenig Untertitel meisten ohne ich kann nicht mehr aushalten. Darum oft beim mit dem Internet mehr informiert. Und mit viel Freundinnen mit Chat leichter wie plaudern als Faxen. Ich liebe für eigene Gehörlos Internet soll grunden mehr informiert zum Thema. Ich freue mich schon hoffe hat sie schaffen helfen für Euch Gehörlosen. Mit frendlichen Grüße I. K.

94 für gl ist das Internet super, besonders wegen dem Chat, aber auch surfen und downloads. Meine Mutter schimpft, weil ich mehr Zeit für Internet verbringe, als für die Schule. Trotzdem, ich bin jeden Tag am Computer und im Internet.

95 toll gemacht. MOTIVE! gruss aus hamburg christian

104 \* Informationen sammeln \* Aktualität \* Neuigkeiten \* Wissen

187 Besonders mit E-Mail und auch mit Gehörlosen Neues erfahren.

188 Der schnelle Fortschritt auf dem Gebiet Kommunikations- u. Informationstechnologie hat auch auf das Leben Gehörloser den stärksten Effekt hervorgebracht. Die Verwendung von Kommunikationsmitteln, Handys, Textkommunikation mittels Schreibtelefon und E-

Mail haben die Interaktionsmöglichkeiten für alle revolutioniert. Überall wird die simultane Verwendung von Text, Bildern und sich bewegenden Figuren (z.B. in Video-Telefonen) die Möglichkeiten der Gehörlosen immer mehr verbessern. Um die Marginalisierung von Gehörlosen in der Informationsgesellschaft zu vermeiden, muss diese besonders in Verbesserung des Status der Gebärdensprache – die natürliche und eigene Sprache der Gehörlosen in Grundausbildung und in Frühförderung von Sprach- und Interaktionsfertigkeiten investieren. Gehörlose beherrschen auf kreative Weise die Anwendung von Informations- und Kommunikationstechnologien in wesentlichen Interessensbereichen der Gehörlosen, sodass sich die Lebensqualität verbessern wird. Information und Interaktion werden durch visuelle Kommunikation ermöglicht, gebärdensprachunterstützende Dienste ausgebaut. Auch die weltweite Interaktion und Kooperation wächst weiter in allen Bereichen zwischen den Gehörlosenorganisationen ob national oder international (u.a. mit dem Weltverband der Gehörlosen WFD und der Europäischen Union der Gehörlosen EUD). Die Zusammenarbeit zwischen diesen Organisationen ist aus der Sicht des Österreichischen Gehörlosenbundes sehr gut. Die schneller werdende Datenfernübertragung bietet mehr Entfaltung zur Kommunikation, was uns auch wiederum mehr Möglichkeiten eröffnet.

189 VORTEILE: – E-mail-KONTAKTE im In- und Ausland; lokal und international – Printmedien (Zeitungen, wiss.Artikel) im Internet nachlesen – Suchmaschinen für gezielte Informationen – viele Anregungen für meine Hobbies (Lesen, Gartenarbeit, Tischschmuck/Blumenstecken, Reisen) – Foren für Erfahrungsaustausch – Gebärdentelefonie via Webcamera – Hilfen finden, wenn ich sie brauche – Fahrpläne von Bahn, Bus, Flügen – Landkarten – Ausdrucke – Kirchenweb – Kochrezepte – Gehörlosenforen – international und, und, und . . .

190 Suchmaschine speziell für Gehörlose ausbauen.

197 mit dem Internet werden Gehörlose klüger, als was sie in der Schule gelernt haben, sozusagen viel versäumt

198 Vorteile: –Suchmaschine, so werden bestimmte Informationen herausgesucht, die ich benötige –viele Informationen speziell für Hörgeschädigte zum Teil wichtig, um bestimmte Probleme zu lösen und Fragen beantwortet zu bekommen –die Bildungsniveau wird stark erhöht, da Meldungen und Informationen vollständig und ausführlich sind – Kontakte mit Hörenden ist verbessert worden, das ist wichtig, um unabhängiger zu sein (kein Dolmetscher, Hörende müssen nicht mehr für mich am Telefon übersetzen) – Bestellungen durch Internet ist gut, z.B. Ticket für eine Veranstaltung –Auskunft ist auch gut, z.B. Bahnverbindung durch Deutsche Bahn Nachteile: –Surfen kostet viel, wir Hörgeschädigte sind häufiger von Arbeitslosigkeit betroffen und haben nicht viel Geld. – manchmal dauert Herunterladen lange, die Dauer des Herunterladens wird meistens nicht bekanntgegeben –Sicherheit wegen Viren ist nicht 100%ig

205 Das Internet bringt den Gehörlosen viel mehr Informationen, die sie wissen möchten oder brauchen, vor allem können sie sich selbst ohne Mühe Infos holen. Ganz nett ist die Möglichkeit, Kontakte mit anderen Gehörlosen aus aller Welt zu knüpfen. Und es verringert auch so manchen Zeitdruck. Es lebe das Internet... ;)

209 meistens diese fragen sind nicht genau, genauso wie bei antworten... nun mit dem wort "chat" definiert nicht nur am server, wo alle leuten dort treffen, sondern auch z.b. icq, msn usw bedeutet sein soll... und leider gibt es viele gehörlosen, die durch chatten mehr isolationen entstehen, d.h. zuwenig selbstbewusst zur aussen, da bin ich halt dagegen mit dem internet, aber mein bereich muss ich leider tun, denn ich studiere ja als techn. informatik. ich mache net aus langweilig!!! ist aber auch klar, dass internet grosse fortschritt für gehörlosen und dort kann mann viele wissenniveau mithalten. nun wünsche ich dir viel glück, cu a man from hamburg ;)

211 ich will nur kurz sagen, daß das internet für gehörlose ein sehr hilfreiches mittel ist – um ihre schriftkompetenz zu verbessern – um die kommunikation mit hörenden zu vereinfachen – hemmungen zwischen gl und hörenden abzubauen – um ABER auch, verborgenes mit (fremden) gehörlosen darüber zu diskutieren (anonymität bleibt) – fühlen sich dann nicht mehr so sehr benachteiligt gegenüber hörenden

214 Ich kann im Internet überalles informiert, die ich damals ohne Internet oft nicht informiert habe. Jetzt bin ich durch Internet viel kluger geworden und mehr Wissen habe. Bin echt froh, da solche es gibt. Ohne Internet kann ich es mir jetzt nie vorstellen. ZB auch über die anderen in Forum die Probleme austauschen und ratschläge holen und vieles mehr. Internet ist wertvolles Mittel für gehörlos.

224 ich bin noch etwas altmodisch, aber ich denke internet ist eindeutig zukunft für gehörlosen!! allerdings müßten die gehörlosen bessere schriftsprache beherrschen, als jetzt!!sonst sind die informationen aus dem internet irgendwie unbrauchbar, oder??

231 viel informationen schwer mit englisch, manchmal auch schweres deutsch

241 Es war toll, weil es viele Neues für Gehörlosen Kontrakt oder Fest und schnell Info. gibt.

256 wenn man bedenkt, wie viele gehörlose noch vor 10 jahren isoliert waren, weil einige noch nicht mal des lesens und schreibens fähig waren, erkennt man den enormen unterschied des intellektuellen standes der gehörlosen insbesondere in den websites, die speziell für gehörlose eingerichtet wurden. ich möchte nicht sagen, dass gehörlose früher "dumm" waren, aber sie waren einfach weniger "wissend". auch die telekommunikation mit den netzen ist für uns unentbehrlich geworden; sms schicken zu können, zudem an fast jeden menschen, gibt uns für uns ungewohnte unabhängigkeit: wir müssen kaum niemanden mehr bitten, für uns am telefon zu dolmetschen. ferner die neuen videos,

sogenannte DVDs haben fast alle Untertitel, ein Luxus für uns! Schön ist dabei auch, mit "lauten" Kopfhörern die Originalstimmen und -geräusche zu hören und Untertitel in Muttersprache zu lesen. Man könnte fast meinen, dass all dieser High Tech speziell für uns Gehörlose angefertigt wurde. Um so schöner ist es, dass er eigentlich für alle Menschen gedacht ist und somit viele Barrieren sich in nichts auflösen.