

von Adjektiven Vorsicht geboten, da diese dem Text einen wertenden Charakter geben können. Auch der Tonfall kann einen reisejournalistischen Text maßgebend prägen, indem er entweder plaudernd, schwärmerisch, ironisch oder abwertend das Fremde beschreibt. Nicht nur in Bezug auf sprachliche und stilistische Gestaltungsmittel, auch im Bereich des Lay-Outs, der Bilder und Bildtexte ist es notwendig, mit exotischen Phantasien und Klischees verantwortungsbewusst umzugehen. Reisejournalistische Texte leben von subjektiven Eindrücken, sie sind die Voraussetzung für farbige Reisebeschreibungen und wesentlicher Bestandteil reisejournalistischer Texte. Klischees spielen in unterschiedlicher Form und Anwendung sowohl in reisejournalistischen Texten als auch bei Fotos eine wichtige Rolle. Ihre Verwendung ist durchaus legitim, solange mit ihnen verantwortungsvoll umgegangen wird.

Äußere Zwänge durch redaktionelle Vorgaben und der Zeitmangel der Reisejournalisten bestimmen den beruflichen Alltag der Reisejournalisten. Dies darf jedoch die Bereitschaft, sich dem Fremden offen zu nähern, nicht ausschließen.

**Literatur:**

- AIGNER, G. (1992): Ressort: Reise. Neue Verantwortung im Reisejournalismus, München.  
 GUILINO, H. (1995): Reisejournalismus als Berufsfeld: Kulturvermittlung, Service, Tourismuskritik, Eichstätt.  
 KLEINSTEUBER, H. J. (1997): Reisejournalismus. Eine Einführung, Opladen.  
 SCHMITZ-FORTE, A. (1992): Reisejournalismus. Eine Analyse unter publizistischen, ökonomischen und ethischen Aspekten. Im Auftrag der Evangelischen Medienakademie/cpa, Frankfurt und der Fachstelle Journalistenprogramme bei Dienste in Übersee, Hamburg.

**Die Autorin:**

**Daniela Petritz**, geboren 1980 in Villach, Österreich. Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie der Ethnologie an der Universität Wien. Diplomarbeit zum Thema „Reisejournalismus und der Umgang mit anderen Kulturen. Zur Achtung des Fremden in der beruflichen Praxis österreichischer Reisejournalistinnen und Reisejournalisten“. Schreibt derzeit ihre Dissertation zum Themenbereich Stadtbeschreibung-Stadtbeobachtung. Tätig in der Presse- und Kommunikationsabteilung der Generali Foundation in Wien.



## Ohne Bilder im Bilde: Mediennutzung für Blinde

### Zusammenfassung

*Die Mediennutzung von blinden Menschen ist nur schwer vorstellbar: Dass Blinde beispielsweise fernsehen, scheint ein Widerspruch in sich zu sein, und auch bei der Vorstellung, wie blinde Menschen Zeitungen und Zeitschriften nutzen, denkt man lediglich an das Vorlesen durch sehende Mitmenschen. Dabei existiert für Blinde eine differenzierte „eigene Medienwelt“. Die Studie verfolgt das Ziel, ein Bewusstsein unter Normalsehenden für die Möglichkeiten und Grenzen der Mediennutzung blinder Rezipienten zu schaffen und darüber hinaus die gruppenspezifischen Mediennutzungsmotive sowie die Medienbewertung herauszuarbeiten.*

Häufig beginnt der Tag mit den Frühnachrichten durch den Radiowecker, im Badezimmer wird die Guten-Morgen-Show im Radio angeschaltet, die aktuelle Tageszeitung wird am Frühstückstisch gelesen, in der U-Bahn wird in einer Zeitschrift geblättert, eine Fernsehsendung lässt den Abend ausklingen und vor dem Einschlafen werden die Spätnachrichten im Radiowecker gehört. Medien fungieren also

als Tagesbegleiter und werden meist beiläufig und ohne große Anstrengung genutzt. Wie aber finden sich blinde Menschen in diesem medien-dominierten Alltag zurecht? Nehmen Medien im Alltag von Blinden einen genau so wichtigen Platz ein? Durch die Exploration von Mediennutzungsmotiven blinder Rezipienten soll ein Bewusstsein für die Möglichkeiten dieser gruppenspezifischen Mediennutzung geschaffen werden.

### Medienangebot für Blinde

Für die rund 500.000 sehbehinderten und 150.000 blinden Menschen in Deutschland existiert eine „eigene Medienwelt“, wodurch auch für Blinde der Alltag ein Medien-Alltag ist. Die regelmäßige Übersetzung von Tageszeitungen in Punktschrift (Blindenschrift nach Louis Braille) ist wegen des immensen Platz- und Kostenbedarfs nicht durchführbar, doch gibt es zwei Möglichkeiten für Blinde, an der Zeitungs-Berichterstattung teilzuhaben: Zum einen können blinde Zeitungsleser eine wöchentlich erscheinenden Kassettenzeitung abonnieren, für die Tageszeitungsartikel auf Kassetten auf-

gesprochen werden. Auf diese Weise werden insbesondere Lokalteile von Tageszeitungen vertont. Zum anderen besteht für Blinde die Möglichkeit, eine täglich erscheinende digitale Tageszeitung zu abonnieren. Bei digitalen Tageszeitungen handelt es sich um die Exklusiv-Abgabe redaktioneller Teile von Tageszeitungen an Blinde. In den frühen Morgenstunden erhalten blinde Zeitungsleser die Zeitung per E-Mail und müssen dadurch keine Aktualitätseinbußen gegenüber Normalsehenden hinnehmen. Was Normalsehende auf dem Computer-Monitor lesen können, muss für Blinde jedoch mithilfe von Zusatzgeräten übersetzt werden. Diese Übersetzung erfolgt mittels einer Braille-Zeile oder einer speziellen Sprachausgabe, durch die der Text von einer synthetischen Stimme vorgelesen wird. Bei einer Braille-Zeile handelt es sich um eine vor der PC-Tastatur liegende Lochmaske, die winzige Stifte in verschiedenen Kombinationen hochdrückt und dadurch den Inhalt des Bildschirms für Blinde in Punktsschrift lesbar macht.

Die Online-Angebote der Tageszeitungen sind zeitgleich für Sehende und Blinde zugänglich, was für Blinde einen Fortschritt in Sachen Informationsbeschaffung bedeutet. Durch das multimediale Zusammenwachsen von Text, Bild, Video und Audio eröffnet sich allerdings ein Problemfeld für blinde Computernutzer:

Während sich Textbestandteile des Internets ohne Weiteres in Punktsschrift übersetzen lassen und Audiofiles ohnehin kein Problem darstellen, sperren sich alle Grafikelemente gegen eine Übersetzung. Um diesen Missstand zu beheben, ist seit dem 1. Mai 2002 durch das Bundesbehinderungsgleichstellungsgesetz (BGG) die Barrierefreiheit für das World Wide Web in Deutschland gesetzlich verankert. Der Grundsatz: „Niemand darf wegen seiner Behinderung benachteiligt werden“ gilt dadurch auch für elektronische Informationsangebote.

Auch Zeitschriften werden vereinzelt in digitaler Form angeboten (beispielsweise *Der Spiegel* sowie *Focus*), vorwiegend sind sie jedoch auf Hörkassetten erhältlich. Das Zeitschriftenangebot für Blinde unterscheidet sich maßgeblich

von dem für Normalsehende: Nur bei wenigen Kassettenzeitschriften wird eine komplette Zeitschrift vertont. Bei dem Großteil der Kassettenzeitschriften handelt es sich um blindenspezifische Zeitschriften zu einem Themengebiet, zusammengestellt aus Artikeln thematisch ähnlicher Zeitschriften für Sehende. Beispielsweise werden für die Kassettenzeitschrift *Freundinnen* aus mehreren aktuellen Frauenmagazinen (*Brigitte, Freundin, Petra* etc.) Artikel auf Kassette gesprochen.

Bücher stehen Blinden überwiegend auf Kassetten zur Verfügung. Ein Hörbuch für Blinde unterscheidet sich insofern vom kommerziellen Hörbuch, als es nicht zwingend von professionellen Sprechern vorgelesen und nicht von musikalischen Intermezzi aufgelockert wird. Außerdem ist es vom kommerziellen Hörspiel abzugrenzen, bei dem der Text oftmals gekürzt, Musik eingespielt wird und Rollen von verschiedenen Sprechern gelesen werden. Jeder Blinde kann Mitglied einer Blindenhörbücherei werden, die Ausleihe von Hörbüchern ist kostenfrei. Nur vereinzelt gibt es für Blinde Bücher in Punktsschriftübersetzungen. Es besteht jedoch für Blinde die Möglichkeit, Buchseiten einzuscannen und diese über eine Braille-Zeile am Computer mit den Fingern zu lesen oder über eine spezielle Sprachausgabe zu hören.

Allein die Tatsache, dass sich Blinde üblicher

**„Wie finden sich blinde Menschen in einem mediendominierten Alltag zurecht? Nehmen Medien im Alltag von Blinden einen genau so wichtigen Platz ein, wie bei Sehenden?“**

weise des Ausdrucks „fernsehen“ bedienen, zeugt von einem selbstbewussten Umgang mit dem optisch-akustischen Medium. Das Unterhaltungsprogramm des Fernsehens ist gemeinhin Bestandteil der Alltagskultur und nicht nur für Normalsehende ist es Gesprächsstoff am Arbeitsplatz und in der Familie. Um die blindheitsbedingten Einbußen bei der TV-Nutzung auszugleichen,

gibt es seit 1993 im deutschen Fernsehen die so genannte Audiodeskription. Dabei werden Filme mit akustischen Bildbeschreibungen versehen und dadurch zu Hörfilmen, die blinden Rezipienten einen Zugang zur Bilderwelt des Films ermöglichen. Sie dienen der Angabe von visuellen Elementen einzelner Szenen und werden vorwiegend in Dialogpausen eingefügt, um die Atmosphäre des Films nicht zu beein-

trächtigen. Das Angebot an audiodeskriptiven Filmen erstreckt sich auf Spielfilme und Krimi-Serien.

Die Mediennutzung blinder Menschen ist heute also in sehr hohem Maße mit technischen Mitteln verbunden, und Blinde sind weniger als noch vor 20 Jahren auf die konkrete Hilfe von Mitmenschen angewiesen. Doch welche Bedeutung schreiben blinde Menschen den Medien zu und welche Bedürfnisse wollen sie durch die Mediennutzung befriedigen?

### Motive blinder Mediennutzer

Da es sich bei der Mediennutzung von blinden Menschen um einen noch nicht empirisch erschlossenen Themenkomplex handelte, konnte auf keine Untersuchung zurückgegriffen werden, deren Ergebnisse in die Studie hätten einfließen können. Die qualitative Methode des Leitfadeninterviews hat sich als adäquates Mittel zur Exploration von unbekanntem Strukturen und Prozessen erwiesen. Eine Motivexploration auf Basis von zehn Leitfadeninterviews zeigt, dass es sich bei blinden Mediennutzern um ein aktives Publikum handelt – um ein Publikum, das individuelle Probleme und deren Lösung kennt und von den Medien bewusst, selektiv und motiviert Gebrauch macht. Die Mediennutzungsmotive von Blinden decken sich vornehmlich mit den aus der Literatur bekannten Motiven von Normalsehenden wie beispielsweise Eskapismus, Gesprächsstoff, Partnerersatz oder Überblickswissen. Darüber hinaus wurden jedoch auch sieben gruppenspezifische Motive gefunden:

Beispielsweise liebt eine 33-jährige blinde Hausfrau Julia Roberts und meint damit offenkundig nicht die Schauspielerin, sondern ihre Synchronsprecherin. Frühe Roberts-Filme sind für sie nicht als solche erkenntlich, da diese von einer anderen Sprecherin synchronisiert wurden. Hin und wieder hört die Interviewpartnerin „unverhofft“ Julia Roberts, wenn nämlich die favorisierte Sprecherin weiteren Schauspielerinnen ihre Stimme verleiht. Ein anderer blinder Interviewpartner zieht die Synchronstimme von *Columbo* allen anderen Fernseh-Stimmen vor und bedauert, dass *Columbo* in den neuen Fol-

*„Die Mediennutzung blinder Menschen ist heute in sehr hohem Maße mit technischen Mitteln verbunden, und Blinde sind weniger als noch vor 20 Jahren auf die konkrete Hilfe von Mitmenschen angewiesen.“*

gen eine neue Synchronstimme hat. Dadurch, so der Befragte, habe die Fernsehserie für ihn einen vollkommen anderen Charakter. Er berichtet davon, dass Sehende diese Aussage meist nicht verstünden, da *Columbo* optisch ja noch der gleiche sei. Für blinde Rezipienten ist demzufolge oftmals die (Synchron-)Stimme von Schauspielern oder Moderatoren ausschlaggebend für die Zuwendung zu einem medialen Angebot. Das Motiv *sinnlich-stimmliche Erbauung* bezeichnet diesen Lustgewinn durch die sinnliche Qualität einer Stimme.

Da das Punktschriftsystem äußerst komplex ist, unterliegen blinde Menschen dem Druck, ihre Lesefähigkeit permanent zu trainieren. Allerdings ist dies im alltagsstrukturellen Gefüge nicht einfach, da sie niemals zufällig mit gedruckten Informationen in Berührung kommen. Das Lesetraining ist auch deshalb nötig, weil die Integration in das Berufsleben häufig von den Punktschriftkenntnissen abhängt. Aus diesem Grund müssen sich Blinde die für sie brauchbaren gedruckten Informationen selbst beschaffen, was durch das Abonnement einer Punktschriftzeitschrift geschehen kann. Die *Schulung der Lesefähigkeit* ist das daraus erwachsene Mediennutzungsmotiv.

Durch die weitverbreitete Vertonung von Texten, ist es Blinden oftmals nicht möglich, das Gehörte längerfristig zu behalten, da sie die Rezeptionsgeschwindigkeit nicht beeinflussen können. Mehrere Befragte beklagen, dass sie bei der Rezeption von Kassettenzeitschriften und Hörbüchern dösen oder gar einschlafen. Das Motiv *Verinnerlichen* kennzeichnet die aus diesem Missstand resultierende bewusste Zuwendung zu gedruckten Informationen.

Um ihre drei kleinen Kinder von blutrünstigen Krimi-Inhalten zu verschonen, zieht eine blinde Interviewpartnerin Krimis in Punktschrift den Krimi-Hörbüchern vor. Da eines ihrer Kinder bereits imstande ist, die Schwarzschrift (Schrift der Sehenden) zu lesen, ist die Punktschrift in diesem Kontext als „Geheimschrift der Blinden“ zu verstehen. Sofern Hörbücher nicht über Kopfhörer rezipiert werden, empfinden es Blinde als Nachteil, dass die sozia-

le Umwelt den Hörbuchinhalt automatisch und unweigerlich mithört. Das Motiv *Zurückziehen* markiert ein zeitlich begrenztes, bewusstes Sich-Absondern von den Normalsehenden. Zudem lässt sich dieses Motiv bei der Rezeption von „geheimen Informationen“ über Hörkassette erkennen: Eine 48-jährige Schreibkraft berichtet davon, dass sie in ihrer Jugend gerne die *Bravo* gelesen hätte. Da dies damals jedoch nicht möglich war, musste ihre Tante die Aufklärungsartikel vorlesen, was die Befragte als äußerst unangenehm und peinlich in Erinnerung hat.

Wenn Blinde Kassettenszeitungen, -zeitschriften oder Hörbücher über Kopfhörer nutzen, hören sie weder das Baby schreien noch den Gruß des Nachbarn über den Gartenzaun – sie sind also komplett von ihrer sozialen Umwelt abgeschnitten. Das Motiv *Isolationsvermeidung* bezeichnet die gezielte Zuwendung zu Punkt-schriftbüchern oder Punkt-schriftzeitschriften, um die Sättigung der akustischen Wahrnehmung durch das Hören von vertonten Zeitungen, Zeitschriften oder Büchern zu umgehen.

Ein 59-jähriger Rechtsberater schätzt vor allem die Übertragung von Sportereignissen im Radio. Er betont, dass bei der Fernsehübertragung das Bildhafte zu sehr dominieren würde und die Ereignisse häufig nur unzureichend erklärt würden. Man sei zwar live dabei, wenn ein Tor falle, im Radio werde man aber einfach besser über die Umstände informiert, so der Interviewpartner. Diese Beschreibung entspricht dem blindenspezifischen Motiv *illustrative Darstellung*, das die besonders anschauliche Berichterstattung des Radios und die daraus erwachsene Zuwendung zu diesem Medium charakterisiert. Im Vergleich zum Fernsehen bietet das Radio für Blinde also die Bereicherung, dass Ereignisse bildhafter dargestellt werden.

Die räumlich gebundene Rezeptionssituation von Hörzeitungen, -zeitschriften und -büchern wird von blinden Menschen als erheblicher Nachteil empfunden. Dieser Missstand könnte freilich durch die Nutzung eines Walkman behoben werden, sein Einsatz wird jedoch vom Großteil der Befragten abgelehnt. Das Motiv *Mobilität* beschreibt also die Zuwendung zu

Punkt-schriftzeitschriften mit dem Ziel, flexibel Artikel zu rezipieren. Beispielsweise liebt ein 19-jähriger Schüler, in der Punkt-schriftausgabe des *Stern* auf einer Parkbank zu schmökern. Sicherlich zeichnet sich dieses Mediennutzungsmotiv auch bei Normalsehenden ab. Doch aufgrund der akustischen Nutzungseigenschaft von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern erfährt die ortsunabhängige Nutzung von Zeitschriften bei blinden Menschen eine besondere Relevanz.

### Hypothesen zur Mediennutzung

Aufgrund des explorativen Charakters der Studie wurden keine Hypothesen geprüft, sondern Hypothesen zum gruppenspezifischen Nutzungsverhalten blinder Rezipienten generiert:

Während normalsehende Mediennutzer parallel zur Zeitungs-, Zeitschriften- oder Buchlektüre Radio hören oder fernsehen können, ist Blinden dies durch die gängige Praxis der Vertonung von Printmedien nicht möglich.

*Blinde Rezipienten nutzen Medien also nicht parallel.* Auch wenn vereinzelt Zeitschriften und Bücher in Punkt-schrift erhältlich sind, erfolgt deren Lektüre wohl nur in seltenen Fällen als

Parallel-Tätigkeit. Bei dem Punkt-schrift-System handelt es sich nämlich um ein äußerst komplexes Schriftsystem, das höchste Konzentration erfordert. Außerdem sehen Normalsehende oftmals beiläufig und ohne große Anstrengung fern. Ganz im Gegensatz zu Blinden, für die Fernsichtnutzung mit einem erheblichen Mehraufwand an Konzentration

verbunden ist, da Inhalte häufig nur durch eine intellektuelle Verknüpfungsleistung erschließbar sind. Die Beobachtung führt zu der Hypothese, dass *Blinde den Fernseher nicht als Nebenmedium nutzen.* Blinde Fernsehzuschauer sehen am liebsten in Gesellschaft von Sehenden Spielfilme und bevorzugen Quizshows, Magazine, Nachrichten und Dokumentationen. *Audiodeskriptive Filme* werden von blinden Fernsehzuschauern zwar dankbar angenommen, *scheinen jedoch nicht ausschlaggebend für die eigentliche Fernsehzuwendung zu sein.* Vielmehr wählen Blinde Fernsehsendungen nach Interesse, Genrepräferenzen oder nach den Stimmen der

„Weil die Integration in das Berufsleben häufig von den Punkt-schriftkenntnissen abhängt, unterliegen blinde Menschen dem Druck, ihre Lesefähigkeit permanent zu trainieren.“

Sprecher aus. Im Vergleich zum Fernsehen bietet das Radio für Blinde die Bereicherung, dass Ereignisse oftmals bildhafter dargestellt werden. Daher erfreuen sich Radio-Hörspiele bei blinden Menschen einer großen Beliebtheit und sie werden oftmals alternativ zu Fernsehsendungen gehört. Wie sehende Rezipienten nutzen auch blinde Rezipienten das Radio als Tagesbegleiter, während das Fernsehen als Abendmedium fungiert. Radiosendungen hören blinde Menschen sowohl zu informativen als auch zu unterhaltenden Zwecken. Gleichwohl wurde durch die Untersuchung herausgefunden, dass das Radio tendenziell häufiger zur Informationsbeschaffung genutzt wird als das Fernsehen. Mit anderen Worten: ***Das Radio ist das wichtigste Informationsmedium, das Fernsehen das wichtigste Unterhaltungsmedium für Blinde.***

Man könnte meinen, dass Blinde, die mit einem sehenden Partner liiert sind, mehr fernsehen und durch das Vorlesen von aktuellen Artikeln die Berichterstattung aus der Tageszeitung weniger vermissen. Um dieser Vermutung nachzugehen, wurde bei der Auswahl von Interviewpartnern auf die Ausgewogenheit der Partnerkonstellation (blinde/sehbehinderte versus sehende Partner) geachtet. Das Medienverhalten der Befragten konnte jedoch diese Annahme nicht stützen: ***Die Gesellschaft von Sehenden führt bei Blinden nicht zu einer gesteigerten Nutzung optischer Medien.*** Das Vorlesen aus der Tageszeitung scheint somit kein Ersatz für das selbstständige Lesen einer Zeitung zu sein. Auch bei der Fernsehnutzung konnte kein Unterschied zwischen Interviewpartnern, die mit einem sehenden Partner liiert sind zu solchen, die mit einem blinden oder sehbehinderten Partner zusammen sind, festgestellt werden.

Auffallend ist, dass Blinde das blindenspezifische Medienangebot anscheinend nicht als Ausschnitt des Angebots für Sehende begreifen. Denn ***Blinde lassen sich bei der Wahl von Zeitschriften nicht davon beeinflussen, ob eine Zeitschrift aus dem massenmedialen Angebot übersetzt wurde oder dem blindenspezifischen Angebot entstammt.*** So erfreut sich beispielsweise die Kassettenzeitschrift *Freundinnen* einer großen Beliebtheit und wird nicht als

zweite Wahl gegenüber dem Schwarzschriftangebot, wie etwa der *Brigitte*, verstanden.

Blinde sind also im Bilde: Sie bedienen sich selbstbewusst des massenmedialen und blindenspezifischen Medienangebots, so dass Medien bei der Alltagsbewältigung eine wichtige Rolle spielen. Demzufolge

sind es meist die Sehenden, die im Dunkeln tappen und nicht wissen, welche Möglichkeiten blinden Rezipienten zur Verfügung stehen.

#### Die Autorin:

Nathalie Huber, M. A., geboren 1977, studierte Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Recht an der Ludwig-Maximilians-Universität in München und absolvierte das einjährige Diplomstudienjahr am Institut Français de Presse in Paris. Sie ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität in München. Während ihres Studiums absolvierte sie Praktika u. a. beim Deutschen Bundestag, bei der Fraunhofer Management Gesellschaft, Siemens, Novartis und der Online-Redaktion von N24. Im LIT Verlag ist von ihr 2004 „Ohne Bilder im Bilde. Eine qualitative Studie zur Mediennutzung und Medienbewertung von blinden Menschen in Deutschland“ erschienen.

